

ESTUDO DEMANDA TURÍSTICA

ESCOLA SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO



**STRONG
ESAGS**



PREFEITURA DE
SANTO ANDRÉ



SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO E GERAÇÃO DE EMPREGO DE SANTO ANDRÉ

Praça IV Centenário, nº 01, Paço Municipal, Centro, Santo André – SP. CEP: 09015-080.

Tel: 11 4433-0752

E-mail: turismo@santoandre.sp.gov.br

Site: www3.santoandre.sp.gov.br/turismosantoandre

Paulo Henrique Pinto Serra

Prefeito de Santo André

Evandro Banzato

Secretário de Desenvolvimento e Geração de Emprego

Gilvan Ferreira de Souza Junior

Secretário Adjunto de Desenvolvimento e Geração de Emprego

Fernando Santos Soares da Cunha

Diretor de Desenvolvimento Econômico, Inovação, Tecnologia e Turismo

Rubens Gallino Junior

Gerente de Turismo

Samantha Dean

Encarregada de Turismo

COORDENAÇÃO E ELABORAÇÃO DO TEXTO:

Fernando Santos Soares da Cunha

Samantha Dean

Rubens Gallino Júnior

REVISÃO TÉCNICA E METODOLÓGICA

**Escola Superior de Administração e Gestão STRONG
ESAGS**

Mantenedor: Sr. Sérgio Tadeu

Direção: Me. Eduardo Becker

Prof. Dr. Luciano Schmitz

Prof. Dr. Marcos Calil

ENTREVISTAS:

Coordenadores:

Rubens Gallino Junior

Eric Tadeu Lamarca

Guilherme Ribeiro de Souza Pinto

Francisco dos Reis Oliveira

Paulo Henrique Balsalobre de Oliveira

Entrevistadores:

Andressa Cristine dos Santos

Claudinéia Pereira dos Santos Rosa

Elisangela Félix

Fernando Santos Soares da Cunha

Francielly Borba Amaral

Hector Magno da Silva

Jonatan Magno da Silva

Kamylle Vitória Balsalobre de Oliveira

Karen Cristina Freire de Azevedo

Karin Heleno Araújo Finco

Leonardo David de Oliveira

Leonidas Valentim Mariano

Monique Kawanaka dos Santos

Paula Roberta Lourenço

Renan Muniz de Sales

Rubens Gallino Junior

Samantha Dean

Samuel Pereira Matos Silva

Viviane Soriano Lessa da Silva



Sumário

| | |
|--|----|
| 1. INTRODUÇÃO | 5 |
| 2. OBJETIVOS | 6 |
| 3. CRONOGRAMA | 7 |
| 4. A QUESTÃO DA PANDEMIA DO COVID-19 | 8 |
| 5. METODOLOGIA E APLICAÇÃO DA PESQUISA | 9 |
| 5.1. Metodologia aplicada | 9 |
| 5.2. Organização | 9 |
| 5.3. Amostragem | 10 |
| 5.4. Método de coleta | 10 |
| 5.5. O Questionário da Pesquisa..... | 12 |
| 5.6. Entrevistadores..... | 13 |
| 5.7. Locais de Aplicação | 14 |
| 5.8. Compilação dos dados | 14 |
| 5.9. Apresentação dos resultados | 15 |
| 6. QUESTIONÁRIO..... | 16 |
| 7. RESULTADOS – PESQUISA GERAL | 18 |
| 7.1. Perfil Geral..... | 18 |
| 7.2. Origem..... | 19 |
| 7.3. Perfil de formação e Renda | 22 |
| 7.4. Forma Viagem | 23 |
| 7.5. Conhecimento prévio da cidade | 24 |
| 7.6. Permanência..... | 24 |
| 7.7. Forma de chegar à cidade..... | 25 |
| 7.8. Motivação da visita..... | 26 |



| | | |
|-------|--|----|
| 7.9. | Expectativas e nível de satisfação..... | 27 |
| 7.10. | Durante a visita..... | 27 |
| 7.11. | Avaliação sobre as estruturas da cidade..... | 29 |
| 8. | RESULTADOS – PESQUISA PARANAPIACABA | 30 |
| 8.1. | Perfil Geral..... | 30 |
| 8.2. | Origem..... | 30 |
| 8.3. | Perfil de formação e Renda | 32 |
| 8.4. | Forma Viagem | 33 |
| 8.5. | Conhecimento prévio da cidade..... | 34 |
| 8.6. | Permanência..... | 34 |
| 8.7. | Forma de chegar à cidade..... | 35 |
| 8.8. | Motivação da visita..... | 35 |
| 8.9. | Expectativas e nível de satisfação..... | 36 |
| 8.10. | Durante a visita..... | 36 |
| 8.11. | Avaliação sobre as estruturas da cidade..... | 38 |
| 9. | CONCLUSÃO | 39 |
| 10. | ANEXOS | 41 |



1. INTRODUÇÃO

O Turismo tem um grande impacto na economia, no meio ambiente, nas comunidades locais e nos próprios turistas. Por isso, ele é um fenômeno que, assim como qualquer outro, precisa ser investigado e planejado para que se atinjam melhores resultados econômicos e sociais, reduzindo seus impactos negativos. E para que se comece a planejar a atividade turística, o primeiro passo é o levantamento de informações. Para isso, a realização de pesquisas, estudos e análise de dados são essenciais para esta tarefa.

É apenas com informações suficientes e adequadas que se consegue gerar estatísticas confiáveis sobre o turismo. As informações coletadas auxiliam em diversas atividades, tais como orientar no planejamento turístico, auxiliar em futuros investimentos, conhecer o público consumidor (visitantes) e, principalmente, melhorar a prestação de serviços para satisfação dos visitantes. Com isso, passa a ser possível avaliar os diferentes aspectos do turismo, dando suporte à tomada de decisão e a efetiva criação de políticas para o setor.

O Plano Municipal de Turismo de Santo André estabelece a realização de Estudos de Demanda Turística de forma recorrente, a fim de monitorar a atividade turística da cidade e desenhar políticas públicas que promovam e alavancem a atividade como eixo de desenvolvimento econômico.

Portanto, este documento – “Estudo de Demanda Turística Santo André 2020” é parte fundamental do planejamento e execução das políticas públicas de fomento à atividade turística no município de Santo André.



2. OBJETIVOS

O objetivo geral deste Estudo de Demanda Turística é identificar o perfil socioeconômico e hábitos de consumo de turistas de Santo André, bem como seu nível de conhecimento e percepções sobre os serviços e atrativos turísticos oferecidos na cidade, para o detalhamento das seguintes informações:

- Identificar o perfil de potenciais clientes;
- Levantar oportunidades para ofertar serviços e produtos turísticos;
- Analisar viabilidade e delinear estratégias para divulgação de Santo André como destino turístico;
- Avaliar o nível de conhecimento dos turistas sobre serviços receptivos em Santo André;
- Conhecer os hábitos dos Turistas durante sua estadia em Santo André;
- Avaliar o nível de conhecimento dos turistas sobre os atrativos;
- Levantar expectativas e interesses em conhecer roteiros tradicionais e/ou alternativos na cidade de Santo André.



3. CRONOGRAMA

O planejamento do Estudo de Demanda se deu a partir do início do mês de setembro, com a elaboração do planejamento geral e a elaboração de cada um dos documentos e referenciais necessários para realização da pesquisa, inclusive a validação técnica da metodologia aplicada no questionário.

O mês de outubro e novembro teve foco na coleta dos dados, assim como os estudos iniciais para realização da pesquisa. Análise dos dados e publicação se deram no mês de dezembro de 2020.

Tabela abaixo demonstra em detalhes o cronograma do Estudo de Demanda Santo André 2021.

TABELA 1
Cronograma do Estudo de Demanda

| ETAPAS | AÇÕES | Set/20 | | Out/20 | | Nov/20 | | Dez/20 | |
|--------------------------|--|--------|---|--------|---|--------|---|--------|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Planejamento do Trabalho | Elaboração do Plano de Ação | █ | | | | | | | |
| | Elaboração do Projeto de Pesquisa | █ | | | | | | | |
| | Elaboração e Validação dos Instrumentos de Coleta de Dados | █ | | | | | | | |
| | Construção do Banco de Dados | █ | | | | | | | |
| | Entrega dos materiais para aprovação da Escola Superior de Administração e Gestão STRONG ESAGS | | █ | | | | | | |
| | Seleção e Treinamento dos Entrevistadores da Pesquisa | | █ | | | | | | |
| Coleta de Dados | Coleta secundária para definição amostral | | █ | █ | | | | | |
| | Coleta técnica com Órgãos Públicos para Coleta de Dados | | █ | █ | | | | | |
| | Pesquisa de Campo | | | █ | █ | █ | █ | | |
| Análise de Dados | Análise e interpretação dos dados coletados e sistematizados | | | | | | | █ | |
| | Elaboração de relatório preliminar | | | | | | | █ | |
| | Apresentação das etapas já realizadas à Escola Superior de Administração e Gestão STRONG ESAGS | | | | | | | █ | |
| Relatório Conclusivo | Elaboração do relatório final do estudo | | | | | | | | █ |
| | Apresentação das análises conclusivas | | | | | | | | █ |
| | Adequações sugeridas e entrega final do relatório | | | | | | | | █ |



4. A QUESTÃO DA PANDEMIA DO COVID-19

O ano de 2020 foi marcado pelo fenômeno da pandemia do COVID-19, que afetou profundamente a dinâmica econômica e social de todo o mundo, especialmente o setor turístico.

As medidas de restrição das atividades impostas nos momentos mais críticos da pandemia afetaram profundamente a atividade turística no município de Santo André, assim como em todos os demais territórios. Além dos momentos de fechamento de serviços e de atrativos ao turista, o próprio deslocamento foi afetado, principalmente o internacional, que restringiu em vários momentos deslocamentos entre os países, especialmente para o Brasil, que acabou sendo um local de grande incidência da doença.

Contudo, o momento de realização da pesquisa, entre outubro e novembro de 2020, foi um período de maior controle da doença e de maior abertura da economia, em que já havia retornado o fluxo de turistas para a cidade, mesmo que de forma ainda muito diferente do momento imediatamente anterior à pandemia.

Portanto, houve preparação da equipe para realização da pesquisa, visando seguir fielmente os protocolos de proteção para prevenção da doença, como uso de máscaras e uso constante de álcool em gel. Optou-se pela realização da pesquisa em que somente o pesquisador manipulava o equipamento de registro da pesquisa (celular ou tablet), visando evitar contato direto com o entrevistado. Também não foram expostos colaboradores pertencentes ao grupo de risco à doença nem os entrevistados.

Vale salientar que a aplicação da pesquisa ocorreu de maneira bastante tranquila, pois foi concomitante com a fase verde do Plano São Paulo de combate ao COVID-19 e reabertura dos serviços, o que surpreendeu as equipes pelo alto fluxo de turistas nos atrativos, principalmente na Vila de Paranapiacaba e no Santuário de Umbanda. No entanto, que se registre o leve déficit devido a ausência do público advindo do Expresso Turístico da CPTM (LUZ-PARANAPIACABA) que estava inoperante no período da pesquisa, mas que atua aos domingos trazendo público de todas as partes da Grande São Paulo e outros turistas que aproveitam a estada na capital para conhecer a Vila.

Também há ciência em relação à eventual distorção de dados da pesquisa em relação à curva normal de evolução da atividade turística no município em tempos normais. Contudo, para além do objetivo de mapeamento de tendências das pesquisas de demanda turística, ela também possibilitou um retrato do momento atual da pesquisa, e compreender exatamente o perfil do turista em um ano atípico contribui com o planejamento de políticas de fomento à cadeia turística, em especial pensando na retomada das atividades econômicas, hoje muito afetadas negativamente pelos efeitos econômicos da pandemia do COVID-19.



5. METODOLOGIA E APLICAÇÃO DA PESQUISA

Este capítulo demonstrará todas as características relacionadas à metodologia, planejamento, aplicação e tratamento dos dados relacionados a pesquisa.

5.1. Metodologia aplicada

O método de pesquisa, amostras, locais de aplicação, assim como todo o planejamento para realização desta pesquisa foi revisada e certificada pela Escola Superior de Administração e Gestão STRONG ESAGS, através de Termo de Cooperação firmado a partir do Edital de Chamamento Público SDGE 03/2020.

O resultado final deste estudo (este documento) também foi revisado e validado pela instituição. Como contrapartida do apoio técnico e metodológico oferecido para a Prefeitura de Santo André, todos os dados coletados foram disponibilizados para a Faculdade, para uso em eventuais pesquisas e desenvolvimento de trabalhos e projetos acadêmicos nesta área.

5.2. Organização

A necessidade da realização do Estudo de Demanda Turística de Santo André 2020 foi definida a partir das reuniões do Conselho Municipal de Turismo de Santo André, a partir das diretrizes estabelecidas no Plano Municipal de Turismo de Santo André. O Conselho apontou para realização da pesquisa em 2020, dentre outros motivos, também para viabilizar todas as exigências legais / técnicas para viabilizar a solicitação junto ao Governo no Estado de São Paulo para a classificação de Santo André como “Município de Interesse Turístico – MIT”.

A coordenação da pesquisa foi conduzida pela Gerência de Turismo da Diretoria de Desenvolvimento Econômico, Inovação, Tecnologia e Turismo, uma equipe com profundo conhecimento dos aspectos turísticos da cidade, totalmente apropriados em relação aos aspectos que envolvem o estudo de demanda. A coordenação foi responsável pelo controle de escala, solução de demandas durante as entrevistas, como possíveis dúvidas que os pesquisadores não saibam responder, viabilizar o acesso dos pesquisadores a áreas restritas ou com necessidade de autorização prévia, entre outras responsabilidades.

A aplicação das pesquisas foi realizada por colaboradores da própria Prefeitura de Santo André, através da Secretaria de Desenvolvimento e Geração de Emprego e Secretaria de Meio Ambiente (receptivos da Vila de Paranapiacaba), conforme detalhado abaixo.



5.3. Amostragem

O universo da amostra de turistas que a cidade de Santo André recebe por ano está em torno de 500 mil visitantes. Trata-se de número estimado, tendo em vista principalmente os maiores locais de atração de visitas do município, que são:

- Vila de Paranapiacaba: estimada 250 mil visitas/ano
- SABINA Parque Estola do Conhecimento: estimada 130 mil visitas/ano
- Santuário Nacional de Umbanda: estimado 60 mil visitas/ano
- Rede hoteleira, Terminal Rodoviário e região central: estimado em 60 mil/ano

As proporções das coletas tiveram como objetivo dar um foco maior para a identificação do perfil do turista de Paranapiacaba, atualmente o maior polo de atração de turistas da cidade. Desta forma, o planejamento foi com que aproximadamente 50% da coleta de entrevistas se realizasse em Paranapiacaba, e o restante nos demais atrativos do município de Santo André. Este percentual também foi decidido levando-se em conta as restrições das atividades impostas pela pandemia do COVID-19, que impediu a abertura da SABINA, um atrativo também muito importante do município.

A Amostra é uma parte do universo de turistas selecionada para a realização do estudo e mostrou-se representativa o suficiente para obter resultados fiéis do todo. Tendo em vista o atual cenário de frequência dos atrativos turísticos do município em que foram realizados os questionários do estudo de demanda turística, chegou-se a um total de 638 pesquisas entre os meses de outubro e novembro de 2020.

O intervalo de confiança como o próprio nome já diz, é um indicador da precisão da pesquisa. Também é um indicador de quão perto a sua medição estará da estimativa original, se você repetir o experimento. Em vista o universo de análise apresentado e o número de pesquisas concluídas, estima-se que esta amostra possua o intervalo de confiança de 95%.

Desta forma, quanto à margem de erro desta pesquisa, que se trata da diferença entre o valor encontrado na pesquisa e o valor real do que se pesquisa, em vista o universo de análise apresentado e o número de pesquisas concluídas, estima-se que esta amostra possa vir apresentar margem de erro de 5%.

5.4. Método de coleta

A aplicação do questionário foi realizada de forma eletrônica via celular ou tablets, através de formulário em sistema informatizado (googleforms) que garantiu melhor efetividade na gestão das respostas.

Os indivíduos foram abordados nos locais determinados para coleta, estando este ou não em grupo. No caso de pessoas em grupos, apenas um do grupo respondeu o questionário. As perguntas do questionário serviram como guia para a entrevista, cujas respostas são lançadas diretamente no formulário online pelo próprio



entrevistador. Nos locais com dificuldade de acesso à internet o questionário foi impresso, e posteriormente lançado pelo próprio entrevistador no formulário online, visando o desenvolvimento de um único banco de dados para toda a pesquisa.

Os horários de aplicação dos questionários foram determinados acompanhando os fluxos mais intensos de cada local ou atrativo visitado, ou aqueles em que se sabe previamente que é mais frequentado por visitantes do que por moradores locais. Somente foram validadas as respostas de indivíduos não residentes na cidade, assim como ex-moradores, sendo esta a primeira pergunta do entrevistador. A duração da aplicação do questionário teve em torno de 5 minutos.

Uma segunda alternativa de coleta foi desenvolvida para o Parque Escola do Conhecimento – SABINA, visto se encontrar fechado no momento da aplicação em vista das ações de prevenção da expansão da COVID-19 em Santo André. O público frequentador da SABINA em 2020 recebeu um e-mail, com convite para preenchimento do questionário online. As respostas incompletas ou de público de Santo André foram invalidadas.

Também foi criada uma terceira metodologia de coleta de dados para teste como piloto, para coleta através de autopreenchimento do questionário. O acesso ao formulário eletrônico foi tornado público à qualquer interessado, cujo acesso pôde ser feito através de QR Code. Impressos foram expostos e cartões foram distribuídos nos principais pontos e atrativos turísticos, visando a captação de dados de forma espontânea.

**PESQUISA TURISMO
SANTO ANDRÉ**

Ajude-nos a melhorar sua experiência quando visitar nossa cidade novamente!

Esta é uma pesquisa para aprimoramento do turismo local, portanto seus dados não serão divulgados ou compartilhados

**SANTO ANDRÉ TOURIST
EXPERIENCE RESEARCH**

Help us to improve your experience when you visit our city again in the future!

This is an institutional research to improve the local tourism, therefore your data will not be disclosed or shared

Impresso fixado nos principais locais de passagem de turista – hotéis, Vila de Paranapiacaba, entre outros pontos



PESQUISA TURISMO SANTO ANDRÉ

Ajude-nos a melhorar sua
experiência quando visitar
nossa cidade novamente!



*Esta é uma pesquisa para aprimoramento do turismo local,
portanto seus dados não serão divulgados ou compartilhados*



SANTO ANDRÉ TOURIST EXPERIENCE RESEARCH

Help us to improve your
experience when you visit
our city again in the future!



*This is an institutional research to improve the local tourism,
therefore your data will not be disclosed or shared*

Cartões distribuídos nos *principais locais de passagem de turista – hotéis, Vila de Paranapiacaba, entre outros pontos*

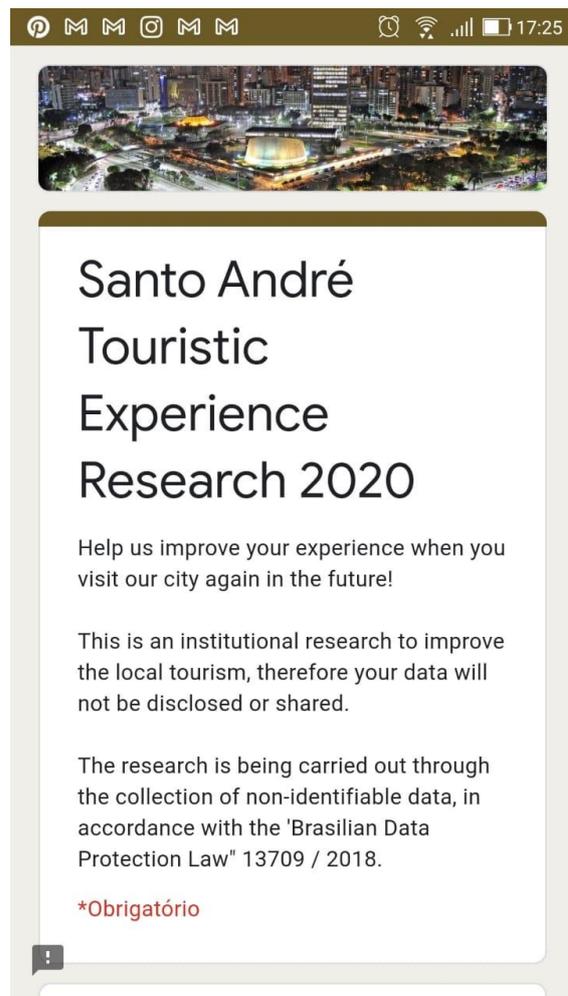
5.5. O Questionário da Pesquisa

O desenvolvimento do questionário se deu a partir das melhores práticas já aplicadas no Brasil e no exterior para o estudo de demanda, buscando captar informações de forma simples e objetiva, com o máximo de economicidade no uso de recursos e efetividade da coleta.

O questionário possui 24 perguntas, em que se priorizaram as respostas com pergunta fechada, visando criar melhor padrão de respostas para consolidação e análise dos dados. Desta forma, as perguntas estão distribuídas da seguinte forma:

- Perguntas fechadas de única escolha: 20 itens, sendo a pergunta nº. 23 avaliando outros 20 itens
- Perguntas fechadas de múltipla escolha: 3 itens
- Pergunta aberta: 1 item

O questionário foi desenvolvido em Português e Inglês, visando a realização das entrevistas também com turistas estrangeiros.



Captura da Imagem da tela de celular do questionário em português (esquerda) e inglês (direita)

Desta forma, o estudo da demanda turística nos moldes propostos trouxe resultados quantitativos sobre o perfil atual do turista que visita Santo André e alguns dados que poderão ser interpretados de forma a também produzir resultados qualitativos.

5.6. Entrevistadores

A pesquisa foi aplicada pelos próprios colaboradores da Prefeitura de Santo André, através da equipe da Secretaria de Desenvolvimento e Geração de Emprego e da equipe de Receptivos Turísticos da Vila de Paranapiacaba da Secretaria de Meio Ambiente, que foram devidamente qualificados para garantir agilidade e fidelidade ao preenchimento correto dos questionários.

Além da capacitação na abordagem, que levou em conta controle do tempo, imparcialidade ao coletar as informações, responsabilidade com os dados e cordialidade com os entrevistados, também foram realizadas



orientações para melhor qualificação da amostra, como distribuição de público entre gênero, idade e perfil dos entrevistados.

O alto fluxo de visitantes durante o período de aplicação (retomada/fase verde) foi crucial para o sucesso na aplicação das entrevistas e obtenção de um substantivo número de questionários.

5.7. Locais de Aplicação

Tendo em vista o excepcional momento da pandemia do COVID-19, optou-se pela coleta nos principais atrativos e pontos de passagem de turista da cidade, com foco na Vila de Paranapiacaba, que é o principal atrativo turístico da cidade.

Os locais de aplicação presencial do questionário foram:

- Vila de Paranapiacaba
- Hotéis:
 - Blue Tree
 - Mercure e Ibis
 - Plaza Mayor
 - Go Inn e Hilton Garden
- Santuário Nacional da Umbanda
- Rodoviária TERSA
- Parque Escola do Conhecimento - SABINA

Por conta do fechamento das atividades, a coleta de questionários no Parque Escola do Conhecimento SABINA foi realizada através de envio de e-mail com link para auto preenchimento.

Outro importante orientador de fluxo, o Expresso Turístico da CPTM, também estava inoperante no período da pesquisa.

5.8. Compilação dos dados

O método de coleta através de questionário eletrônico permite a transmissão dos dados imediatamente após o término de cada entrevista para o banco de dados do “Drive” do “Google”, em conta criada pela Secretaria de Desenvolvimento e Geração de Emprego específica para esta finalidade. O acesso ao banco de dados do Google se dá através de planilha de Microsoft Excel, que é uma ferramenta de ampla utilização, facilitando e agilizando a compilação das informações e a geração de gráficos e das análises.

A questão aberta é exceção a esta regra, pois para esta foi necessária a avaliação de cada uma das respostas.



O Banco de dados da pesquisa estará arquivado na Gerência de Turismo da Secretaria de Desenvolvimento e geração e Emprego, tanto para verificação posterior dos dados como para utilização em outras pesquisas e análises.

5.9. Apresentação dos resultados

Este relatório inclui toda a documentação e detalhes de todo o processo de pesquisa. Tem a função de ser a principal fonte de documentação para o desenho de políticas públicas voltadas ao turismo, assim como referência metodológica para estudos posteriores.

Este estudo também buscou incluir informações suficientes para permitir a outros que reproduzam o estudo, com registros claros e detalhados de todos os parâmetros do método, técnicas de coleta de dados e ferramentas de análise aplicadas.

Será realizada uma apresentação oficial no âmbito do Conselho Municipal de Turismo no início de 2021 (a se verificar calendário de reuniões ordinárias do Conselho), assim como apresentações posteriores que se façam necessárias.

Este documento também será mantido público em formato virtual (PDF) no portal “Turismo Santo André”, junto à demais pesquisas e publicações relacionadas à atividade do turismo na cidade. Acesso através do: <http://www3.santoandre.sp.gov.br/turismosantoandre>.

Também como já informado, os dados primários da coleta serão disponibilizados para a Escola Superior de Administração e Gestão STRONG ESAGS, como contrapartida ao apoio técnico e metodológico recebido para realização desta pesquisa.



6. QUESTIONÁRIO

O questionário para coleta de dados foi elaborado com questões fechadas e abertas, totalizando 30 perguntas, conforme anexo.

O questionário abordou as seguintes informações:

- Perfil Geral
 - Idade
 - Sexo

- Origem
 - Município
 - Estado

- Perfil de formação e Renda
 - Grau de Instrução
 - Profissão/ Ocupação
 - Renda Familiar Per capita

- Forma Viagem
 - Acompanhantes
 - Perfil, dos acompanhantes

- Conhecimento prévio da cidade
- Permanência
 - Tempo de Permanência
 - Local de Permanência

- Forma de chegar à cidade
- Como conheceu a cidade
- Motivação da visita
- Expectativas e nível de satisfação
 - Antes da visita
 - Após a visita

- Durante a visita
 - Locais visitados
 - Gasto Médio
 - Serviços Utilizados



- Avaliação sobre as estruturas da cidade
 - Acesso a Informações e materiais ao turista (sites, informes, mapas, etc.)
 - Artesanato
 - Comércio e serviços
 - Atendimento dos prestadores de serviços e comerciantes
 - Atrativos visitados
 - Bancos/caixa eletrônico
 - Conservação das ruas e calçadas
 - Estacionamentos
 - Hospedagem
 - Limpeza
 - Receptivos, guias, monitores
 - Restaurantes
 - Segurança
 - Sinalização de rua
 - Sinalização turística nos atrativos
 - Portal de Turismo
 - Táxi/transporte por aplicativo
 - Trânsito
 - Transporte público
 - Rodoviária



7. RESULTADOS – PESQUISA GERAL

Este capítulo apresenta os resultados gerais da coleta realizada no município de Santo André, entre 01 de outubro de 2020 e 30 de novembro de 2020.

O resultado da captação de questionários se deu na seguinte conformidade:

TABELA 2
Resultado da Coleta por local

| Local | Português | Inglês | TOTAL |
|--|------------------|---------------|--------------|
| Vila de Pananapiacaba* | 357 | 1 | 358 |
| Hotéis (Blue Tree + Go Inn / Hilton Garden Inn + Plaza Mayor + IBIS / Mércure) | 98 | 2 | 100 |
| SABINA | 72 | - | 72 |
| Santuário Nacional Umbanda | 55 | - | 55 |
| Rodoviária TERSA | 50 | - | 50 |
| Outros | 3 | - | 3 |
| TOTAL | 635 | 3 | 638 |

** Tendo em vista a importância da Vila de Pananapiacaba como atrativo turístico no Estado de São Paulo, foi realizada uma coleta ampliada no local, para apresentação dos dados da pesquisa especificamente para este atrativo – capítulo 8 deste estudo.*

7.1. Perfil Geral

Para as entrevistas buscou-se a realização de entrevistas de forma igualitária entre gêneros, o que se demonstrou no resultado, com público entrevistado de 51% masculino e 49% feminino. O público adulto de 20 a 49 anos foi o mais recorrente, sendo o de 30 a 39 o que teve maior destaque na pesquisa.



GRÁFICO 01
Faixa Etária do Entrevistado

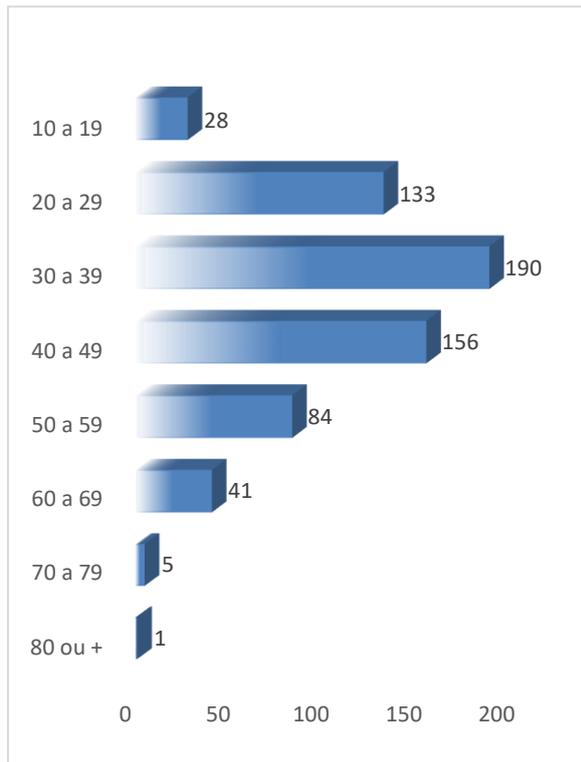
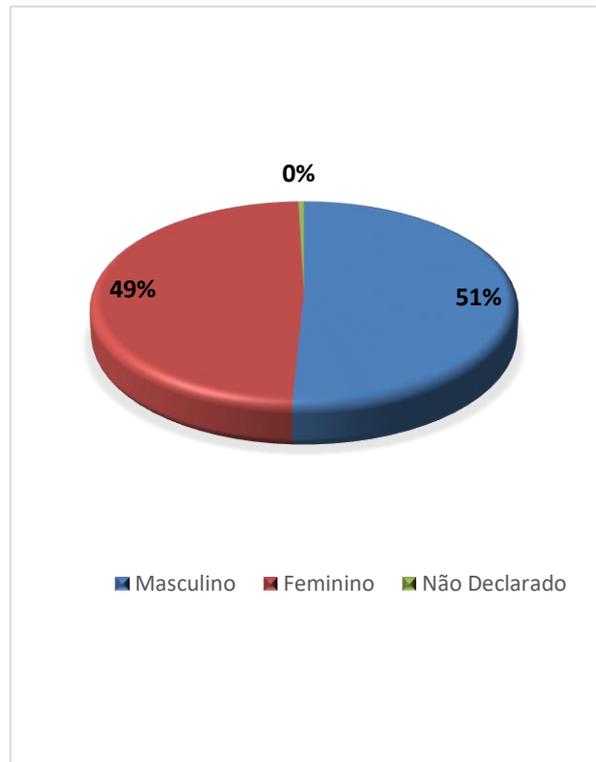


GRÁFICO 2
Gênero do Entrevistado



7.2. Origem

Para a pesquisa de origem, foi dividido em cidade e estado, para o público oriundo de locais do Brasil, e entre países, para o público estrangeiro.

Cidade de São Paulo e as cidades que compõem a região do Grande ABC ocupam as 5 primeiras posições no ranking, representando mais de 50% do público visitante de Santo André.



TABELA 3
MUNICÍPIO DE RESIDÊNCIA

| | | |
|-------------------------------|-----|-------|
| São Paulo, SP | 208 | 32,6% |
| São Bernardo do Campo, SP | 56 | 8,8% |
| Mauá, SP | 53 | 8,3% |
| Ribeirão Pires, SP | 23 | 3,6% |
| São Caetano do Sul, SP | 17 | 2,7% |
| Suzano, SP | 17 | 2,7% |
| Diadema, SP | 16 | 2,5% |
| Guarulhos, SP | 15 | 2,4% |
| Rio Grande da Serra, SP | 15 | 2,4% |
| Santos, SP | 14 | 2,2% |
| Rio de Janeiro, RJ | 13 | 2,0% |
| Campinas, SP | 11 | 1,7% |
| Salvador, BA | 8 | 1,3% |
| Ribeirão Preto, SP | 7 | 1,1% |
| Barueri, SP | 6 | 0,9% |
| Jundiaí, SP | 6 | 0,9% |
| Curitiba, PR | 5 | 0,8% |
| Itaquaquecetuba, SP | 5 | 0,8% |
| Juiz de Fora, MG | 5 | 0,8% |
| Sorocaba, SP | 5 | 0,8% |
| Carapicuíba, SP | 4 | 0,6% |
| Goiânia, GO | 4 | 0,6% |
| Osasco, SP | 4 | 0,6% |
| Bauru, SP | 3 | 0,5% |
| Bebedouro, SP | 3 | 0,5% |
| Guarujá, SP | 3 | 0,5% |
| Niterói, RJ | 3 | 0,5% |
| Piracicaba, SP | 3 | 0,5% |
| Recife, PE | 3 | 0,5% |
| São José dos Campos, SP | 3 | 0,5% |
| Belo Horizonte, MG | 2 | 0,3% |
| Berlin, INT | 2 | 0,3% |
| Brasília, DF | 2 | 0,3% |
| Campos dos Goitacazes, RJ | 2 | 0,3% |
| Embú das Artes, SP | 2 | 0,3% |
| Hortolândia, SP | 2 | 0,3% |
| Indaiatuba, SP | 2 | 0,3% |
| Itapeerica da Serra, SP | 2 | 0,3% |
| Macapá, AP | 2 | 0,3% |
| Mogi das Cruzes, SP | 2 | 0,3% |
| Peruíbe, SP | 2 | 0,3% |
| Pouso Alegre, MG | 2 | 0,3% |
| Santa Isabel, SP | 2 | 0,3% |
| Santana do Parnaíba, SP | 2 | 0,3% |
| Sumaré, SP | 2 | 0,3% |
| Taboão da Serra, SP | 2 | 0,3% |
| Americana, SP | 1 | 0,2% |
| Araçari, SP | 1 | 0,2% |
| Araçiguama, SP | 1 | 0,2% |
| Arujá, SP | 1 | 0,2% |
| Atibaia, SP | 1 | 0,2% |
| Bodoquena, MS | 1 | 0,2% |
| Buenos Aires, INT | 1 | 0,2% |
| Camaçari, BA | 1 | 0,2% |
| Cesário Lange, SP | 1 | 0,2% |
| Cocaia do Alto, SP | 1 | 0,2% |
| Conselheiro Lafaiete, MG | 1 | 0,2% |
| Corumbá, MS | 1 | 0,2% |
| Cosmópolis, SP | 1 | 0,2% |
| Cruzeiro, SP | 1 | 0,2% |
| Extrema, SP | 1 | 0,2% |
| Florianópolis, SC | 1 | 0,2% |
| Fortaleza, CE | 1 | 0,2% |
| Franca, SP | 1 | 0,2% |
| Francisco Morato, SP | 1 | 0,2% |
| Franco da Rocha, SP | 1 | 0,2% |
| Goioerê, PR | 1 | 0,2% |
| Guaramirim, SC | 1 | 0,2% |
| Guaratuba, PR | 1 | 0,2% |
| Ilhéus, BA | 1 | 0,2% |
| Itapevi, SP | 1 | 0,2% |
| Itú, SP | 1 | 0,2% |
| Itumbiara, GO | 1 | 0,2% |
| Jacareí, SP | 1 | 0,2% |
| Jaguariúna, SP | 1 | 0,2% |
| Jandaia do Sul, PR | 1 | 0,2% |
| Limeira, SP | 1 | 0,2% |
| Lins, SP | 1 | 0,2% |
| Londres, INT | 1 | 0,2% |
| Madson, INT | 1 | 0,2% |
| Mirassol, SP | 1 | 0,2% |
| Mogi Guaçu, SP | 1 | 0,2% |
| Monte Mor, SP | 1 | 0,2% |
| Montenegro, RS | 1 | 0,2% |
| Nova Odessa, SP | 1 | 0,2% |
| Palmas, TO | 1 | 0,2% |
| Paulínia, SP | 1 | 0,2% |
| Petrópolis, RJ | 1 | 0,2% |
| Pindamonhangaba, SP | 1 | 0,2% |
| Poços de Caldas, SP | 1 | 0,2% |
| Porto Alegre, RS | 1 | 0,2% |
| Porto Velho, RO | 1 | 0,2% |
| Praia Grande, SP | 1 | 0,2% |
| Resende, RJ | 1 | 0,2% |
| Rio das Ostras, RJ | 1 | 0,2% |
| Santa Barbara do Oeste, SP | 1 | 0,2% |
| Santa Cruz de lá Sierra, INT | 1 | 0,2% |
| Santo Antônio da Patrulha, RS | 1 | 0,2% |
| São Carlos, SP | 1 | 0,2% |
| São Joaquim da Barra, SP | 1 | 0,2% |
| São José dos Pinhais, PR | 1 | 0,2% |
| São Pedro, SP | 1 | 0,2% |
| São Vicente, SP | 1 | 0,2% |
| Serrana, SP | 1 | 0,2% |
| Taquaritinga, SP | 1 | 0,2% |
| Teodoro Sampaio, SP | 1 | 0,2% |
| Timóteo, MG | 1 | 0,2% |
| Três Corações, MG | 1 | 0,2% |
| Tupã, SP | 1 | 0,2% |
| Uberaba, MG | 1 | 0,2% |
| Valinhos, SP | 1 | 0,2% |
| Vargem grande do Sul, SP | 1 | 0,2% |
| Vargem Grande Paulista, SP | 1 | 0,2% |
| Vinhedo, SP | 1 | 0,2% |
| Vitória, ES | 1 | 0,2% |



Apesar de receber público de 16 estados brasileiros e de 5 países estrangeiros, é bastante evidente que o maior foco de fluxo de visitantes é oriundo de dentro do Estado de São Paulo, representando aproximadamente 88% dos casos entrevistados.

GRÁFICO 3
ESTADO DE ORIGEM (BRASIL) – 632 ENTREVISTAS

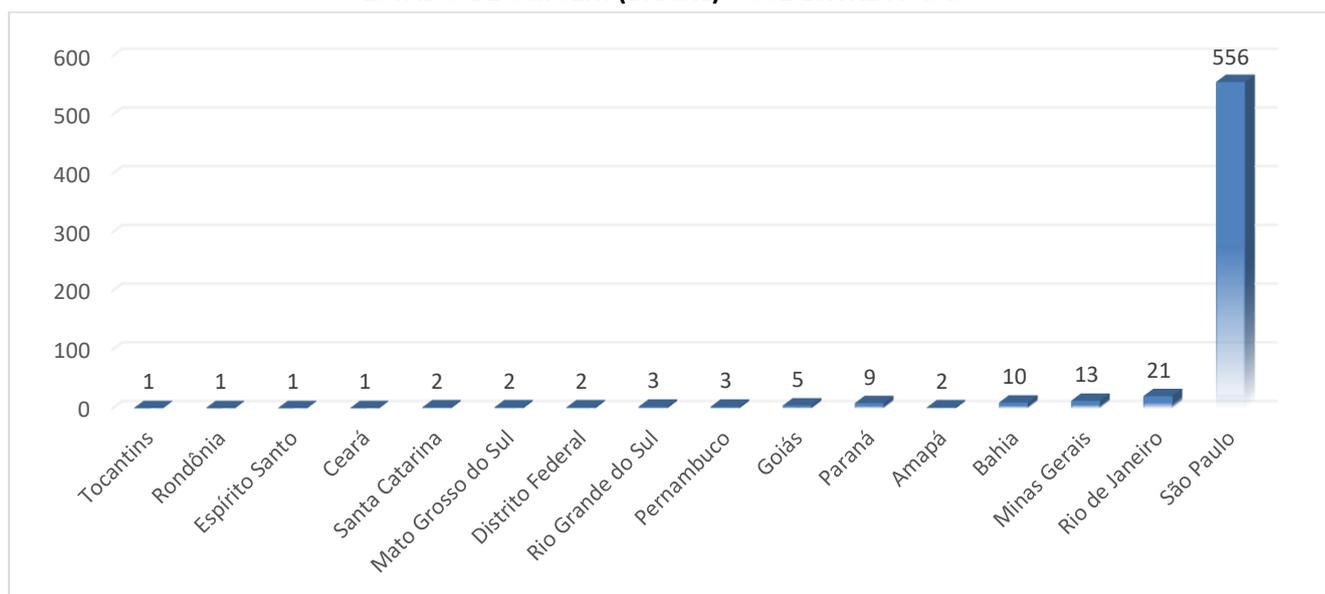
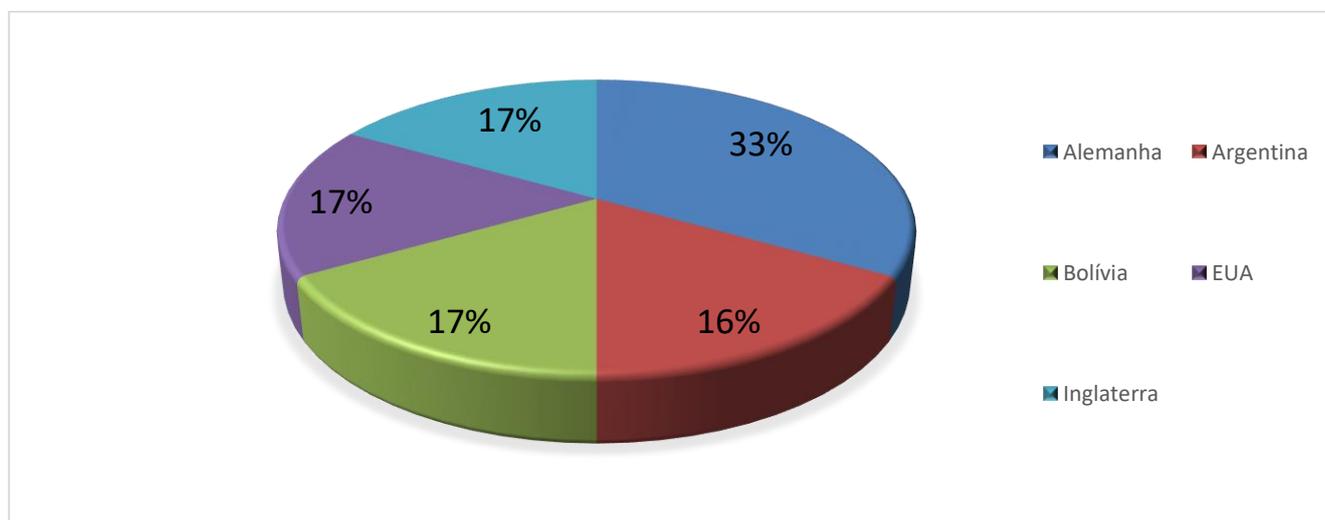


GRÁFICO 4
PAÍS DE ORIGEM (INTERNACIONAL) – 6 ENTREVISTAS





7.3. Perfil de formação e Renda

O perfil de renda dos turistas de Santo André demonstra que na maioria dos casos são pessoas assalariadas de renda média, com padrão de renda de 2 a 5 salários mínimos per capita por família, com predominância de casos de pessoas com formação superior completa.

GRÁFICO 5
Grau de Instrução

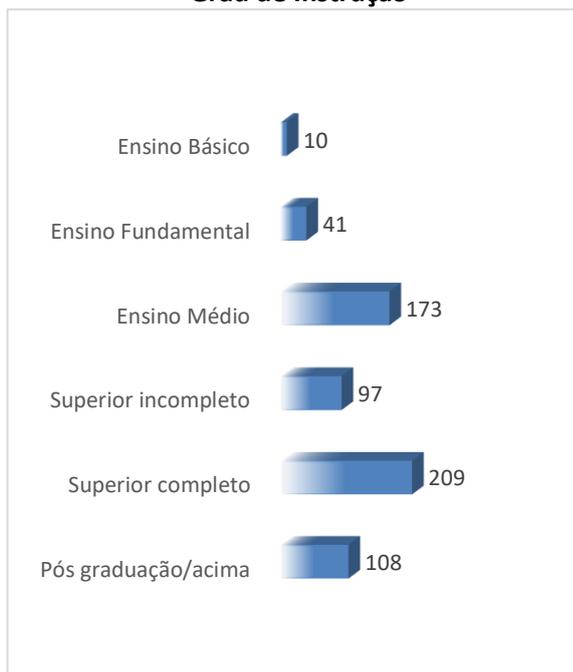
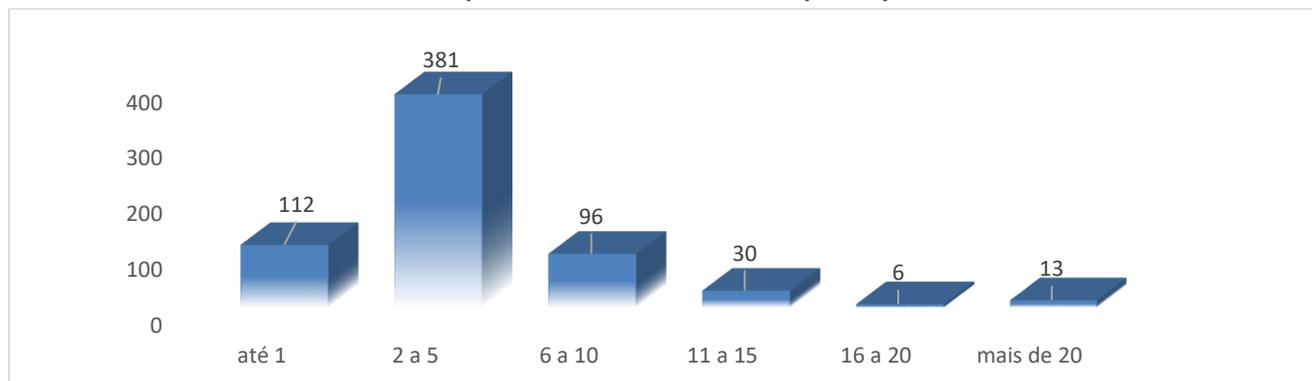


GRÁFICO 6
Tipo de Ocupação



GRÁFICO 7
Renda Familiar – por Salário Mínimo Mensal per Capta – Base 2020





7.4. Forma Viagem

A forma de viagem dos entrevistados demonstra que a maioria deles realiza a visita à Santo André com suas famílias, seguido muito de perto de visitantes que viajam sozinhos para o município, e na sequencia casais sem filhos, sendo estes três perfis representando quase 70% da amostra.

Apesar da grande prevalência de pessoas viajando sozinhos ou com 1 acompanhante, o Gráfico 8 demonstra uma importante fração de quase 14% dos casos realizando a visita à Santo André com mais de 5 acompanhantes.

Os acompanhantes também refletem a faixa etária dos entrevistados, com a maior recorrência entre a faixa de 19 a 55 anos.

GRÁFICO 8
Tipo de Acompanhantes na Viagem

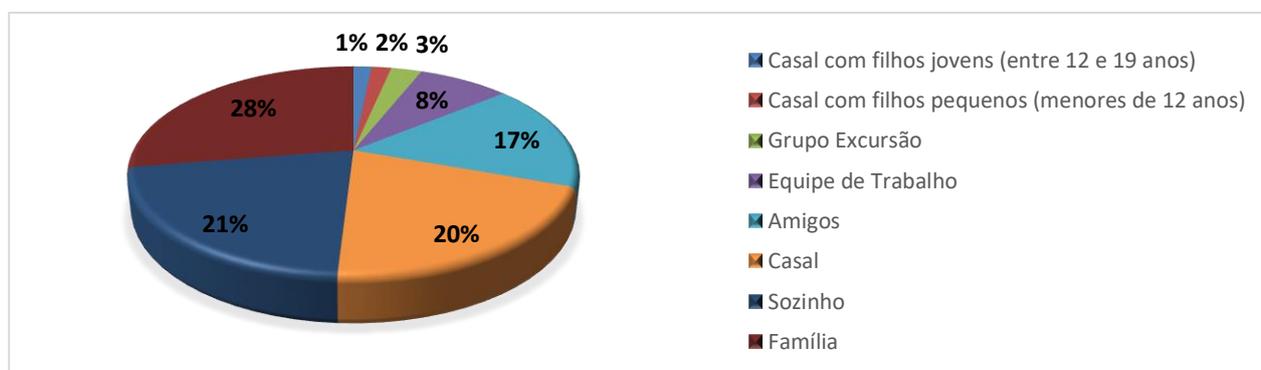


GRÁFICO 9
Número de Acompanhantes

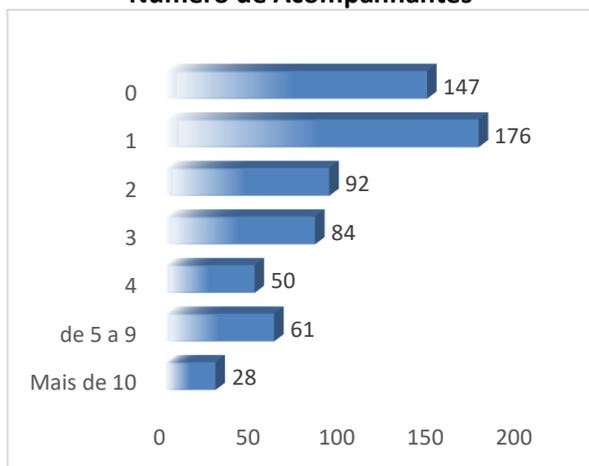
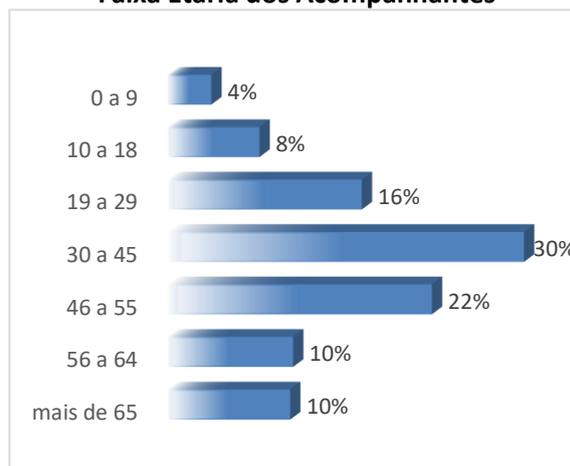


GRÁFICO 10
Faixa Etária dos Acompanhantes





7.5. Conhecimento prévio da cidade

A pesquisa demonstrou que mais de 70% das pessoas que visitaram a cidade nesta oportunidade já haviam visitado o município anteriormente, sendo a grande maioria delas realizado esta visita com grande recorrência.

GRÁFICO 11
Se já esteve em Santo André anteriormente

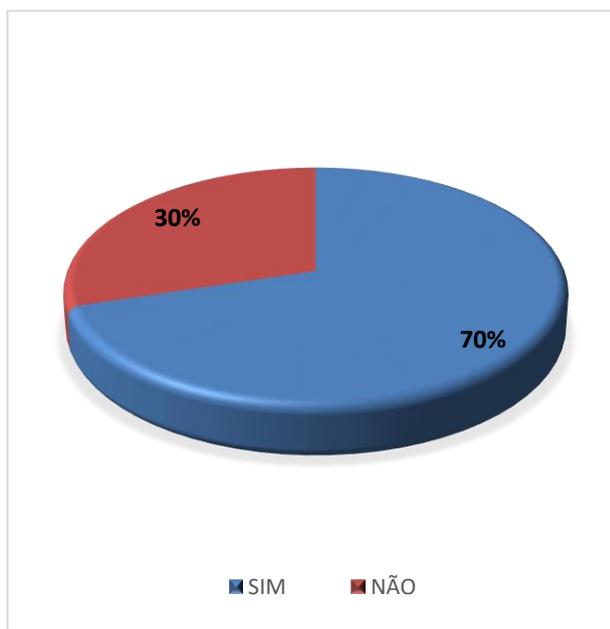
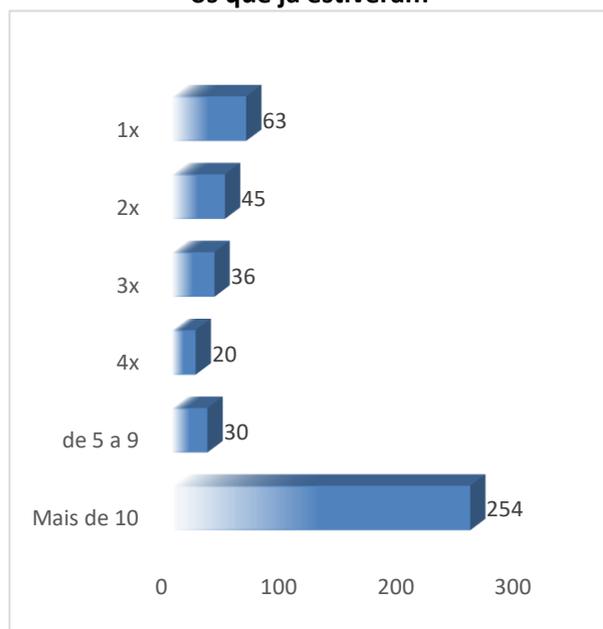


GRÁFICO 12
Frequencia que já esteve em Santo André – para os que já estiveram



7.6. Permanência

O levantamento sobre permanência do visitante também demonstrou que a cidade não retém a maioria dos turistas por mais de 1 dia, sendo quase 70% destes permanecendo por menos de 1 dia. Contudo, vale destacar que daqueles que ficam no município, a maioria escolhe a hospedagem através de hotéis.



GRÁFICO 13
Número de Pernoites em Santo André

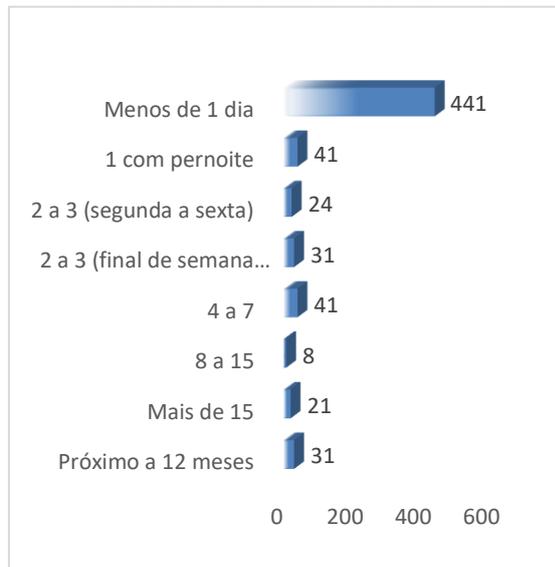
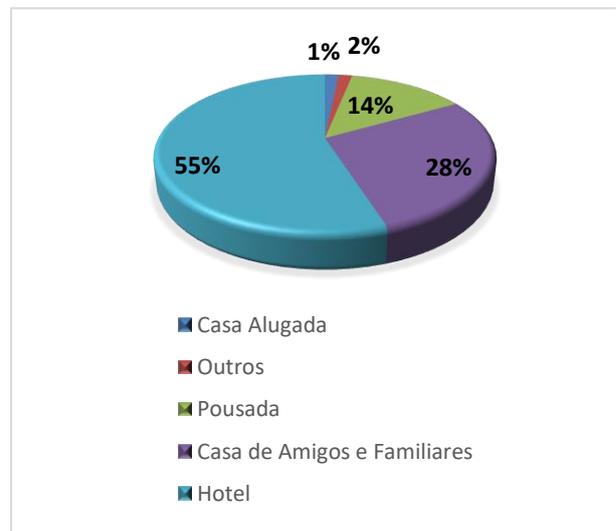


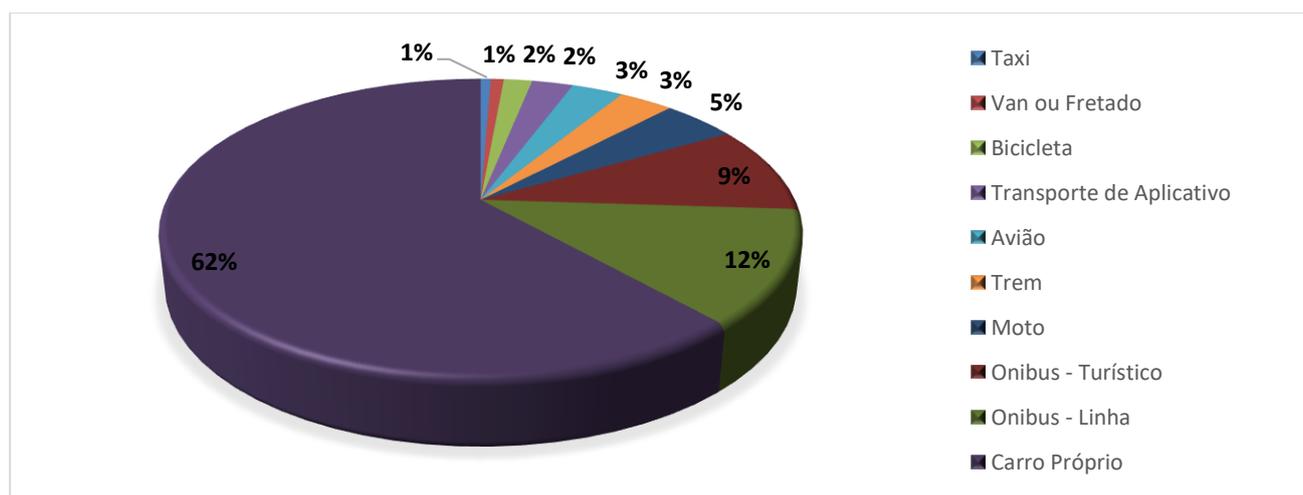
GRÁFICO 14
Local de Permanência em Santo André quando houve pernoite



7.7. Forma de chegar à cidade

O levantamento sobre principal forma de transporte utilizado demonstra que o carro particular é o modal de maior incidência, com aproximadamente 60% dos casos. Os ônibus de linha local também demonstram ser recorrentes na amostra, com aproximadamente 12% dos casos, refletindo a condição de município conturbado à região metropolitana e de ser um local de atração para a capital e para as cidades que compõem o Grande ABC.

GRÁFICO 15
Principal Meio de Transporte para Chegar à Santo André





7.8. Motivação da visita

Os dados de motivação revelam que a maior parte dos entrevistados tem como motivação da visita o lazer, e em segundo lugar o trabalho. Estes dados são reflexo do principal ponto de coleta para esta pesquisa, que foi a Vila de Paranapiacaba, que representa mais de 50% da amostra. Sendo assim, vale destacar a elevada porcentagem de pessoas que declararam como motivação da viagem negócios e trabalho, demonstrando um perfil importante de turista para Santo André, em especial para a malha urbana.

GRÁFICO 16
Motivação da Visita

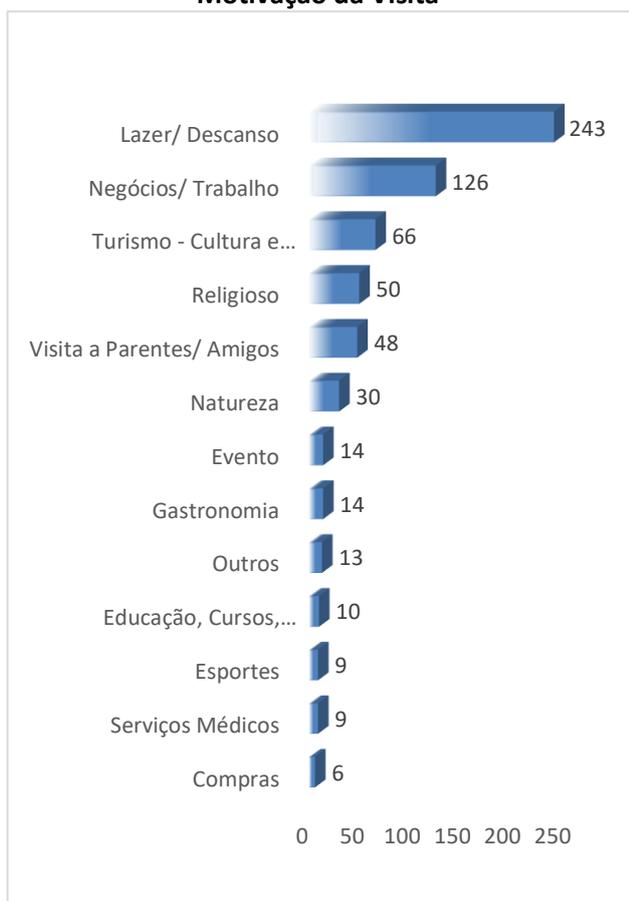
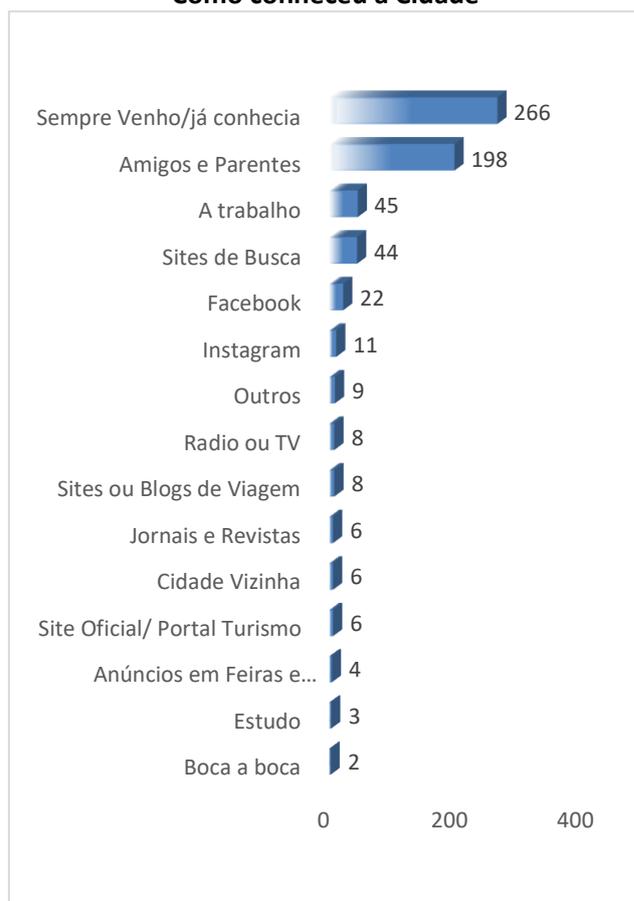


GRÁFICO 17
Como conheceu a Cidade





7.9. Expectativas e nível de satisfação

Os dados de expectativa em relação à visita demonstram que houve, em geral, uma melhora na percepção em relação ao município de Santo André, com um aumento em quase 50% dos casos declarados como “ótimo” no pós visita, em relação à expectativa antes da visita.

GRÁFICO 18
Expectativa antes da visita

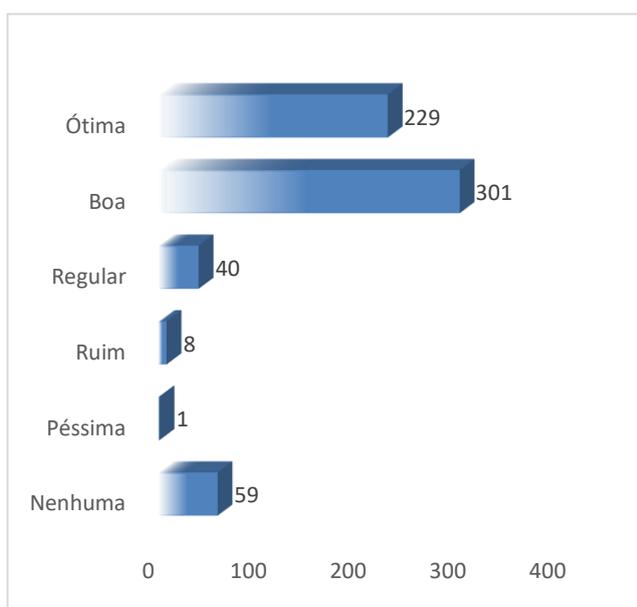
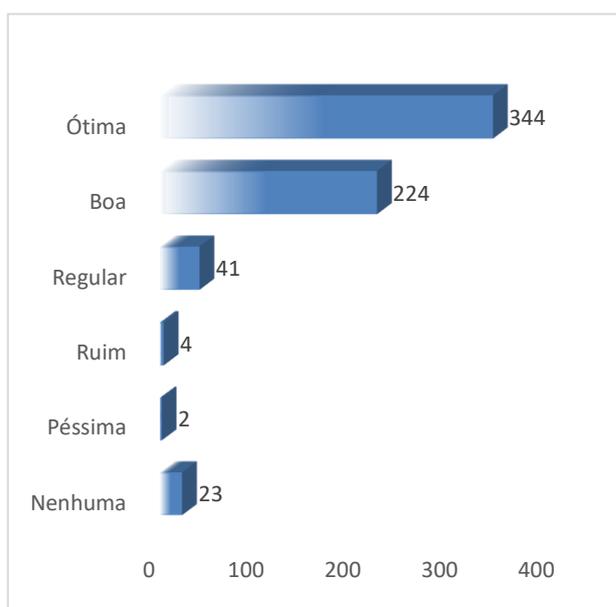


GRÁFICO 19
Satisfação após Visita



7.10. Durante a visita

Os dados que demonstram o local de maior visitação da amostra refletem o fato de mais de 50% da coleta ser realizada na própria Vila de Paranapiacaba. Deste dado, importante destacar a força dos shoppings da cidade como polo de visitação do município, sendo o segundo local mais citado, à frente inclusive de restaurantes e de compras.

O levantamento também demonstra que a maioria dos visitantes somente visitou uma atração do município, mas um número bastante significativo de 20% dos entrevistados realizou a visita em 4 ou mais atrativos e pólos de atração turística de Santo André.

O perfil de gasto demonstra que mais de 50% da amostra realiza gastos de até R\$ 250,00, sendo o principal ponto de consumo os restaurantes, bares e casas noturnas. A coleta de informações dos serviços utilizados poderia ser mais de 1 resposta, por isto a amostra é maior do que o número de entrevistados.



GRÁFICO 20
Atrativos e Locais Visitados



GRÁFICO 21
Número Atrativos Visitados

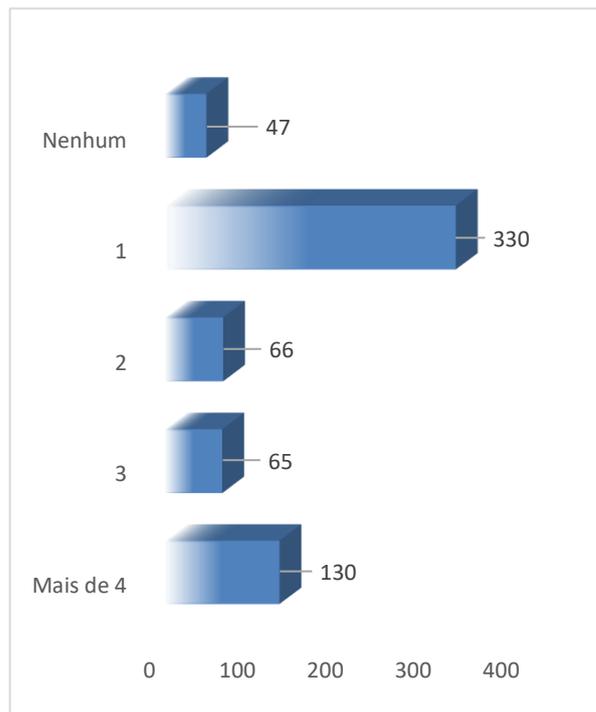


GRÁFICO 22
Gasto Médio Durante a Visita

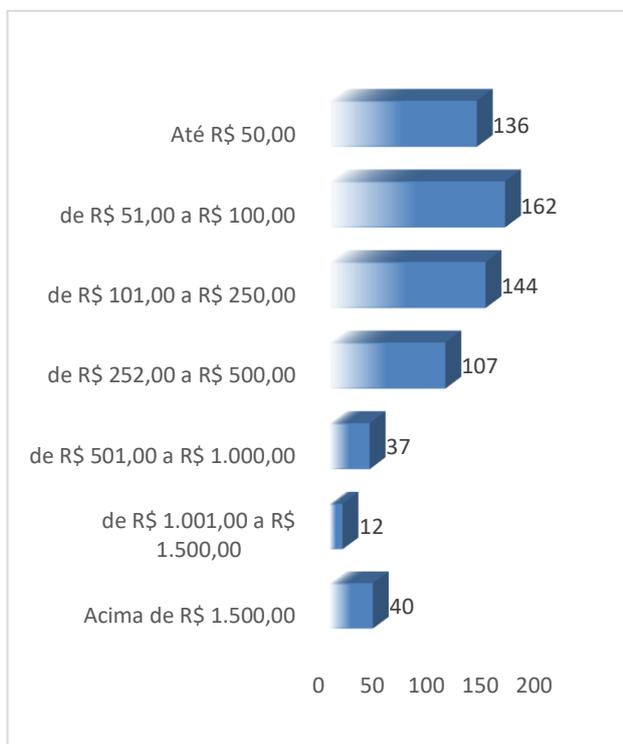
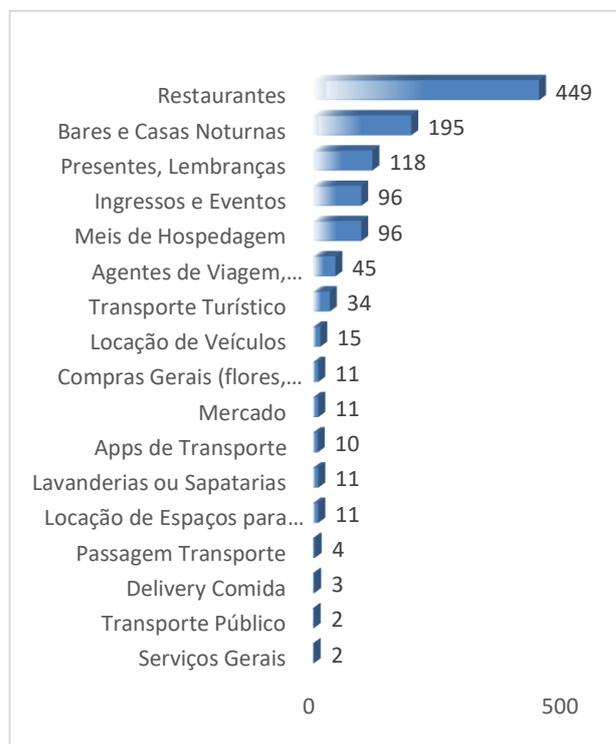


GRÁFICO 23
Serviços Utilizados





7.11. Avaliação sobre as estruturas da cidade

Quanto à avaliação geral da infraestrutura urbana e oferta de serviços que impactam a visita do turista à Santo André, para a grande maioria dos itens ela é considerada como boa ou ótima.

Os pontos fora da curva identificados são os serviços que não são conhecidos pelos visitantes, alguns que realmente não são necessários pela maioria para a visita como aplicativos de transporte ou rodoviária, mas outros que seriam muito importantes ao visitante, como o portal de turismo.

TABELA 4
Avaliação da Infraestrutura Urbana

| ITEM | ÓTIMO | BOM | REGULAR | RUIM | PÉSSIMO | NÃO SABE |
|--|-------|-----|---------|------|---------|----------|
| Acesso Informações e Materiais de Consulta ao Turista – sites, mapas, etc) | 155 | 232 | 61 | 24 | 8 | 158 |
| Artesanato | 114 | 194 | 58 | 10 | 4 | 258 |
| Qualidade de atendimento dos prestadores de serviços e comerciantes | 280 | 288 | 28 | 2 | 2 | 38 |
| Atrativos Visitados | 247 | 251 | 43 | 7 | 5 | 85 |
| Acesso Bancos e Caixas Eletrônicos | 33 | 89 | 31 | 7 | 119 | 359 |
| Qualidade do comércio e serviço em geral | 193 | 331 | 44 | 6 | 3 | 61 |
| Conservação de ruas e calçadas | 140 | 305 | 110 | 38 | 31 | 14 |
| Estacionamentos | 82 | 237 | 77 | 27 | 22 | 193 |
| Hospedagens | 73 | 115 | 23 | 2 | 4 | 421 |
| Limpeza da cidade | 209 | 335 | 59 | 13 | 7 | 15 |
| Qualidade Receptivos, guias e monitores | 221 | 162 | 30 | 4 | 4 | 217 |
| Restaurantes | 172 | 269 | 33 | 6 | 5 | 153 |
| Segurança da cidade | 186 | 304 | 75 | 17 | 12 | 44 |
| Sinalização de rua | 169 | 313 | 86 | 20 | 13 | 37 |
| Sinalização turística nos atrativos | 148 | 234 | 79 | 25 | 16 | 133 |
| Portal de Turismo Santo André | 53 | 106 | 35 | 15 | 10 | 419 |
| Taxi e App de Transporte | 48 | 113 | 20 | 7 | 22 | 428 |
| Trânsito da cidade | 161 | 265 | 112 | 28 | 30 | 42 |
| Transporte Público | 33 | 106 | 58 | 22 | 30 | 389 |
| Rodoviária | 24 | 105 | 46 | 15 | 25 | 423 |



8. RESULTADOS – PESQUISA PARANAPIACABA

Para a pesquisa específica de Paranapiacaba apresentada neste capítulo são considerados 358 casos, que é o número total de pesquisas coletadas na Vila de Paranapiacaba.

8.1. Perfil Geral

O perfil geral do visitante de Paranapiacaba reflete o perfil geral do visitante da cidade de Santo André, na faixa etária predominante entre 19 e 55 anos, com maior destaque para pessoas entre 30 e 39 anos.

GRÁFICO 24
Paranapiacaba - Faixa Etária do Entrevistado

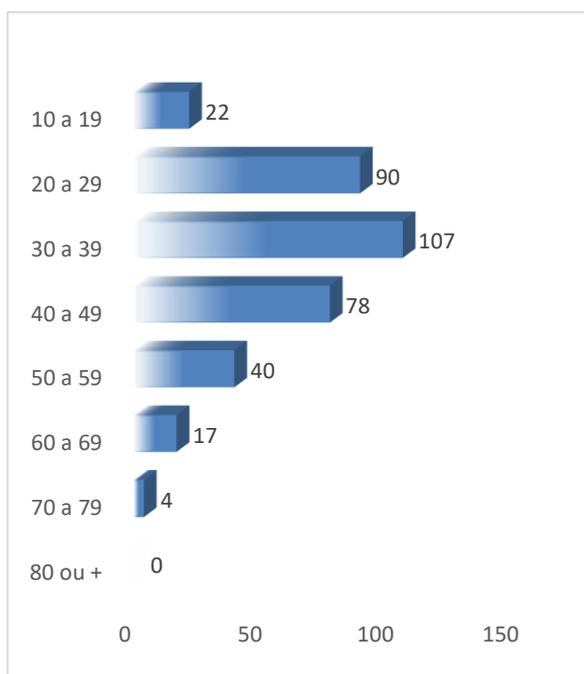
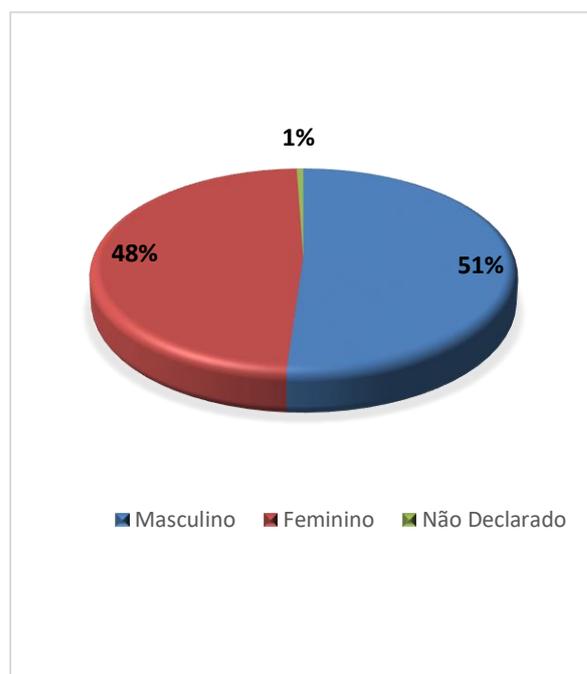


GRÁFICO 25
Paranapiacaba - Gênero do Entrevistado



8.2. Origem

O levantamento de origem demonstra que a Vila de Paranapiacaba atrai preponderantemente visitantes da cidade de São Paulo e da Região do Grande ABC, correspondendo a mais de 65% dos casos, um índice ainda maior do que a média da própria cidade de Santo André.

A Vila também não atrai visitantes de tantos estados como a malha urbana, tampouco visitantes internacionais na mesma recorrência, segundo apresentado pela amostra coletada.

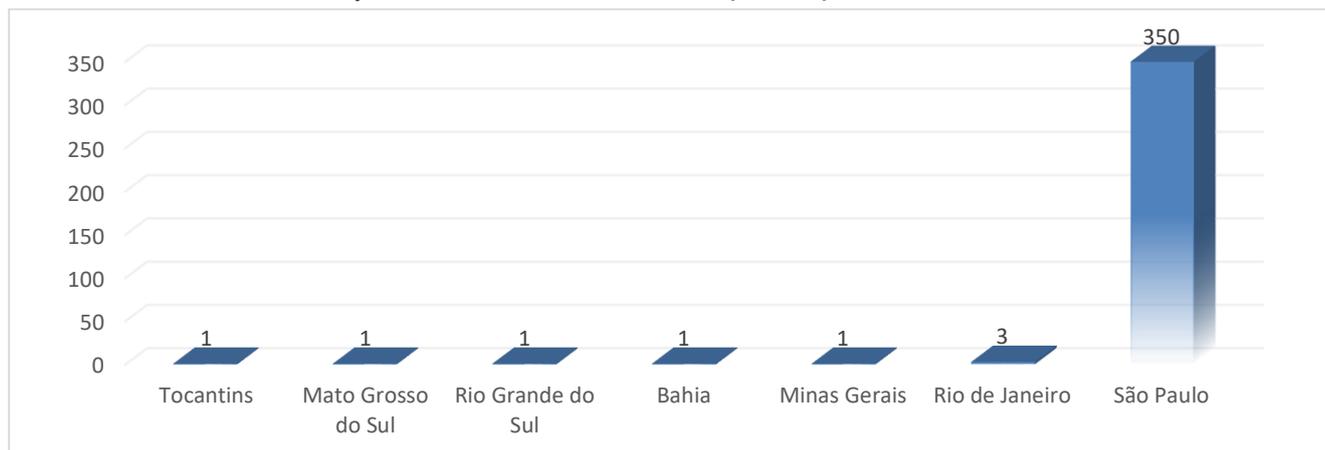


TABELA 5
Paranapiacaba - MUNICÍPIO DE RESIDÊNCIA

| | | |
|---------------------------|-----|-------|
| São Paulo, SP | 145 | 40,4% |
| Mauá, SP | 41 | 11,5% |
| São Bernardo do Campo, SP | 22 | 6,2% |
| Ribeirão Pires, SP | 19 | 5,3% |
| Rio grande da Serra, SP | 15 | 4,2% |
| Suzano, SP | 14 | 3,9% |
| Guarulhos, SP | 12 | 3,4% |
| São Caetano do Sul, SP | 11 | 3,1% |
| Diadema, SP | 7 | 2,0% |
| Barueri, SP | 6 | 1,7% |
| Campinas, SP | 5 | 1,4% |
| Carapicuíba, SP | 4 | 1,1% |
| Jundiaí, SP | 4 | 1,1% |
| Osasco, SP | 4 | 1,1% |
| Itaquaquecetuba, SP | 3 | 0,8% |
| Rio de Janeiro, RJ | 3 | 0,8% |
| Santos, SP | 3 | 0,8% |
| Bauru, SP | 2 | 0,6% |
| Itapeverica da Serra, SP | 2 | 0,6% |
| Mogi das Cruzes, SP | 2 | 0,6% |
| Santa Isabel, SP | 2 | 0,6% |
| Santana de Parnaíba, SP | 2 | 0,6% |
| Taboão da Serra, SP | 2 | 0,6% |
| Araçariguama, SP | 1 | 0,3% |
| Arujá, SP | 1 | 0,3% |

| | | |
|-------------------------------|---|------|
| Atibaia, SP | 1 | 0,3% |
| Bebedouro, SP | 1 | 0,3% |
| Cesário Lange, SP | 1 | 0,3% |
| Cocaia do Alto, SP | 1 | 0,3% |
| Corumbá, MS | 1 | 0,3% |
| Embu das Artes, SP | 1 | 0,3% |
| Franca, SP | 1 | 0,3% |
| Francisco Morato, SP | 1 | 0,3% |
| Franco da Rocha, SP | 1 | 0,3% |
| Indaiatuba, SP | 1 | 0,3% |
| Itapevi, SP | 1 | 0,3% |
| Itú, SP | 1 | 0,3% |
| Jacareí, SP | 1 | 0,3% |
| Madson, INT | 1 | 0,3% |
| Nova Odessa, SP | 1 | 0,3% |
| Palmas, TO | 1 | 0,3% |
| Poços de Caldas, MG | 1 | 0,3% |
| Praia Grande, SP | 1 | 0,3% |
| Ribeirão Preto, SP | 1 | 0,3% |
| Salvador, BA | 1 | 0,3% |
| Santa Barbara do Oeste, SP | 1 | 0,3% |
| Santo Antônio da Patrulha, RS | 1 | 0,3% |
| São José dos Campos, SP | 1 | 0,3% |
| Sorocaba, SP | 1 | 0,3% |
| Valinhos, SP | 1 | 0,3% |
| Vargem Grande do Sul, SP | 1 | 0,3% |

GRÁFICO 26
Paranapiacaba - ESTADO DE ORIGEM (BRASIL) – 50 ENTREVISTAS





8.3. Perfil de formação e Renda

Os dados coletados demonstram que a Vila de Paranapiacaba atrai um público preponderantemente de assalariados, com a maior recorrência de pessoas com superior completo, seguido muito de perto de pessoas com ensino médio, com mais de 62% com perfil de renda familiar entre 2 e 5 salários mínimos per capita.

GRÁFICO 27
Paranapiacaba - Grau de Instrução

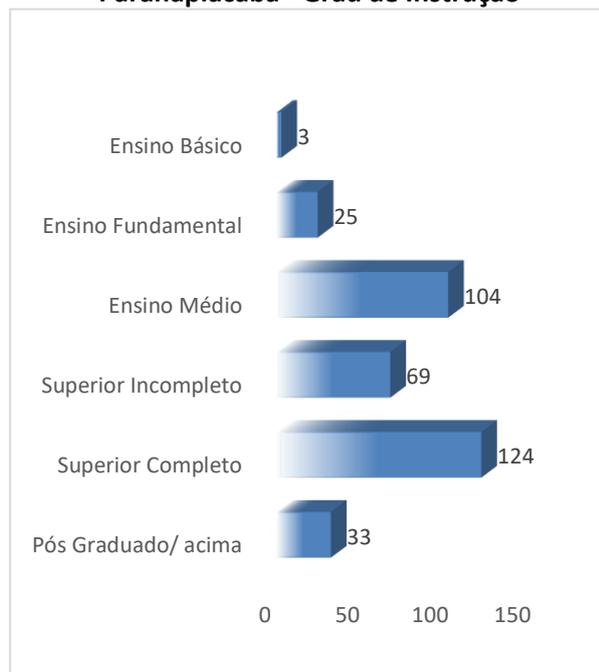


GRÁFICO 28
Paranapiacaba - Tipo de Ocupação

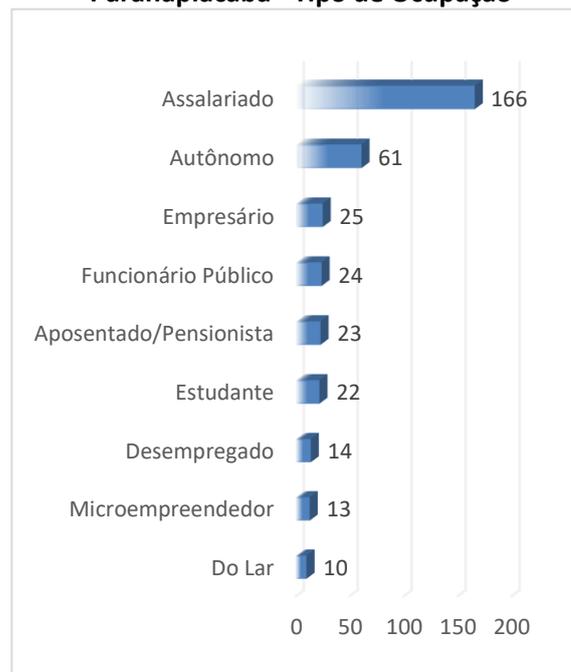
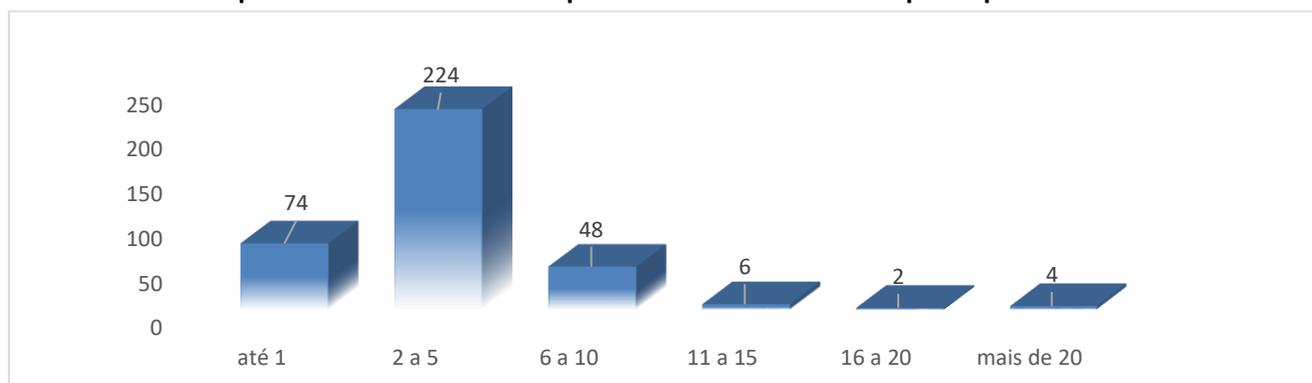


GRÁFICO 29
Paranapiacaba - Renda Familiar – por Salário Mínimo Mensal per Capta – Base 2020





8.4. Forma Viagem

Os dados demonstram que o perfil de público que visita a Vila é basicamente composto em sua maioria por pessoas que fazem a visita com suas famílias, seguida por pessoas em casal sem filhos, e na sequência por grupo de amigos, sendo estes 3 perfis correspondendo a aproximadamente 86% da amostra.

A faixa etária dos acompanhantes também reflete o perfil de idade dos entrevistados, em sua maioria pessoas entre 19 e 55 anos.

GRÁFICO 30
Paranapiacaba - Tipo de Acompanhantes na Viagem

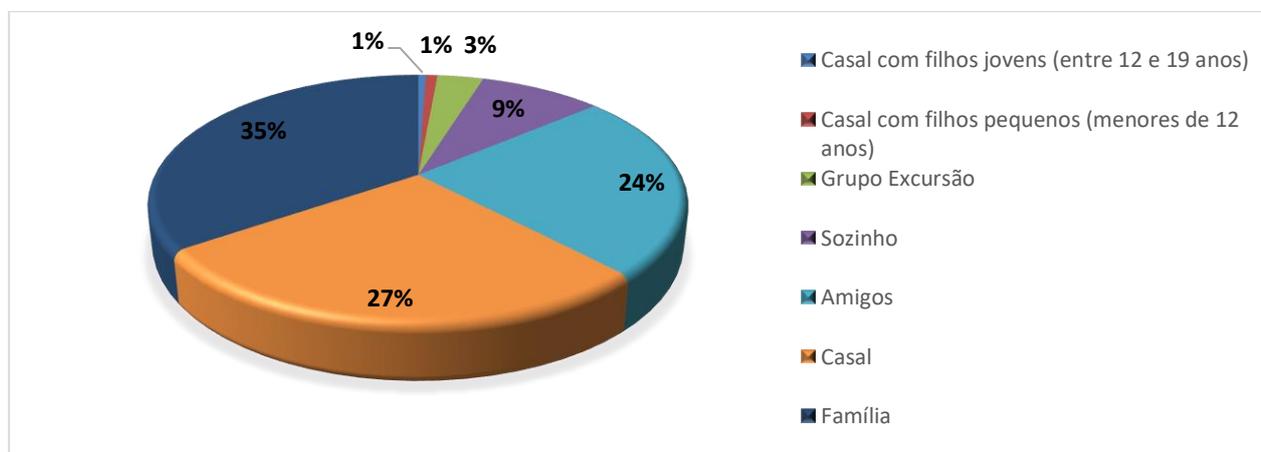


GRÁFICO 31
Paranapiacaba - Número de Acompanhantes

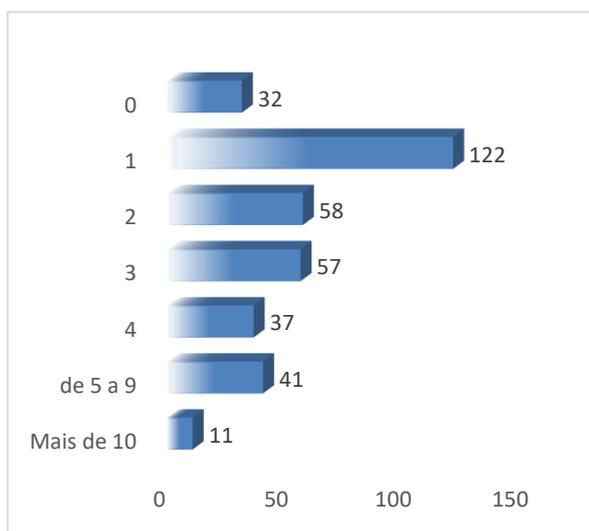
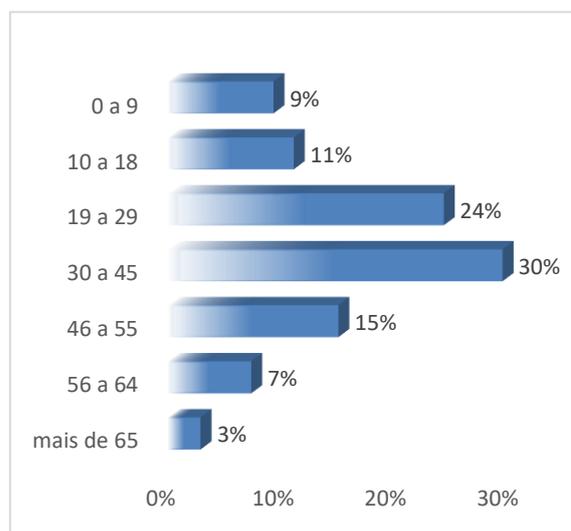


GRÁFICO 32
Paranapiacaba - Faixa Etária dos Acompanhantes





8.5. Conhecimento prévio da cidade

Os dados demonstram que o público frequentador da Vila de Paranapiacaba em sua grande maioria já conhecia o município de Santo André, fazendo visitas de forma constante ao município.

GRÁFICO 33
Paranapiacaba - Se já esteve em Santo André anteriormente

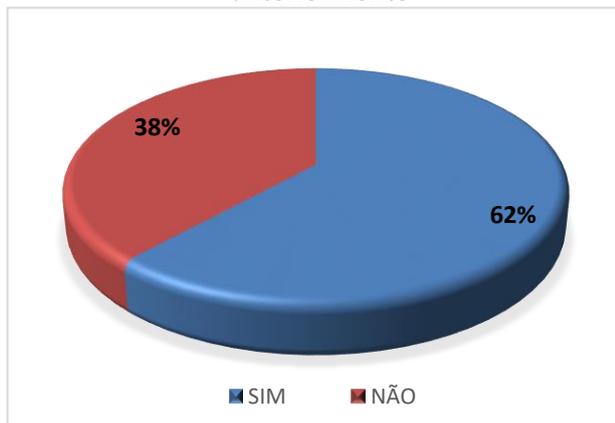
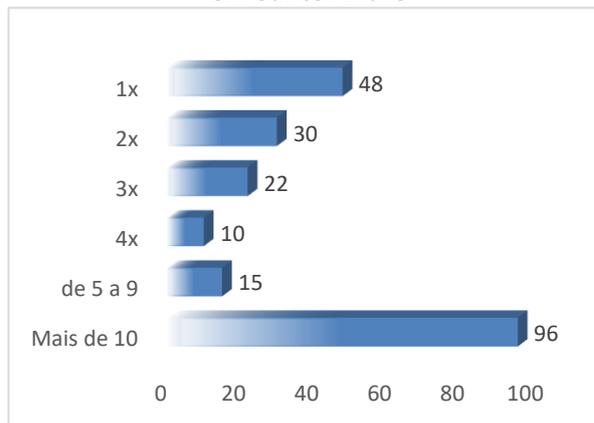


GRÁFICO 34
Paranapiacaba - Frequencia dos que já estiveram em Santo André



8.6. Permanência

A pesquisa demonstrou que quase 90% da amostra indica que não ficará nenhum pernoite, seja na visita à Vila de Paranapiacaba seja em outras localizações do município de Santo André.

GRÁFICO 35
Paranapiacaba - Número de Pernoites

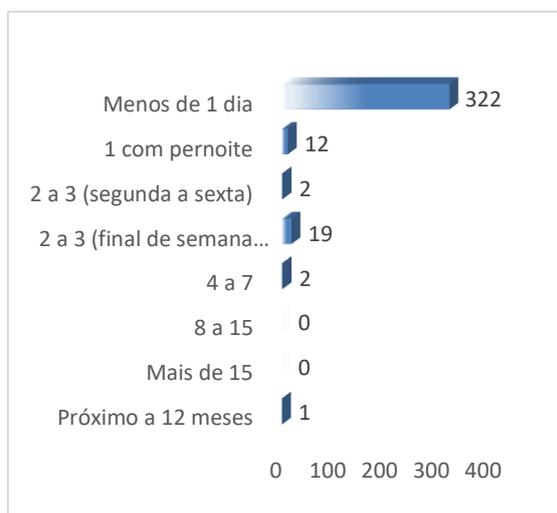
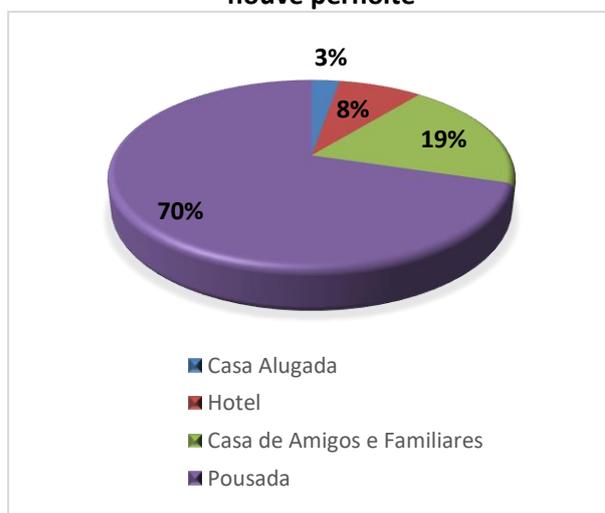


GRÁFICO 36
Paranapiacaba - Local de Permanência quando houve pernoite

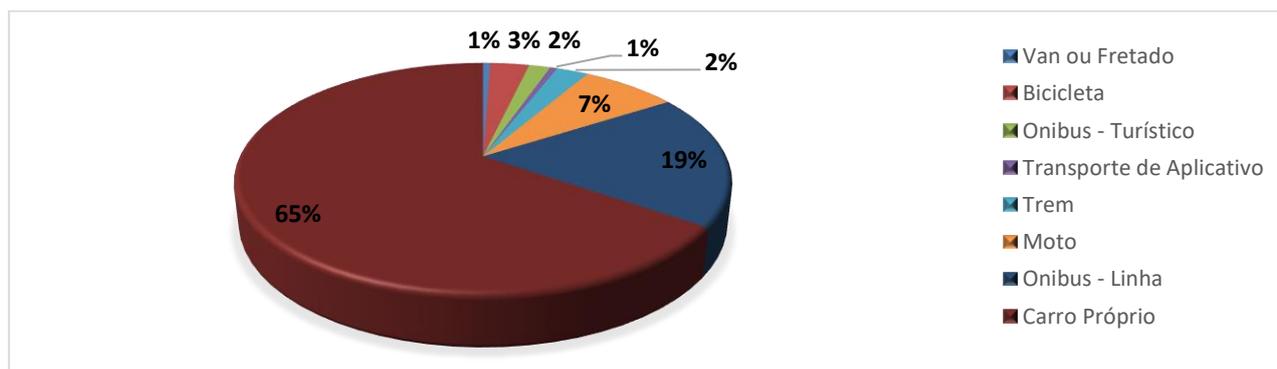




8.7. Forma de chegar à cidade

Os dados revelam que mais de 65% das pessoas que se deslocaram realizaram este deslocamento através de carro próprio. Outros 25% realizaram através de ônibus de linhas locais de transporte. Somente 2% utilizaram algum transporte turístico específico para alcançar a Vila de Paranapiacaba.

GRÁFICO 37
Paranapiacaba - Principal Meio de Transporte para Chegar à Paranapiacaba



8.8. Motivação da visita

Os dados de motivação de visita à Vila demonstram que em sua imensa maioria está relacionada às atividades turísticas, e que mais de 70% realizaram a visita porque já conheciam a Vila ou por indicação de amigos ou familiares.

GRÁFICO 38
Paranapiacaba - Motivação da Visita

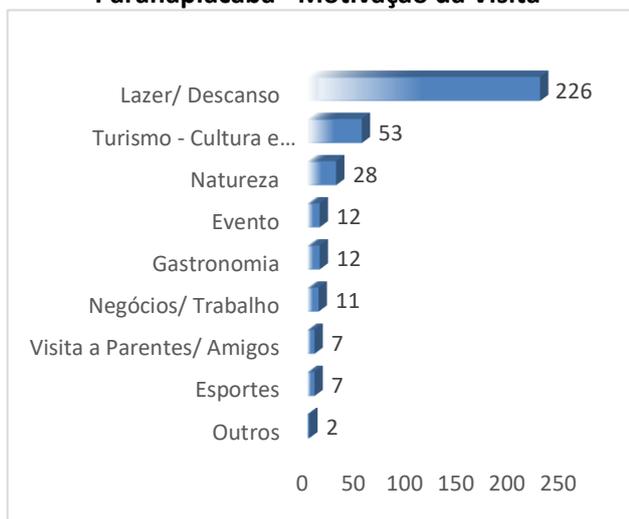
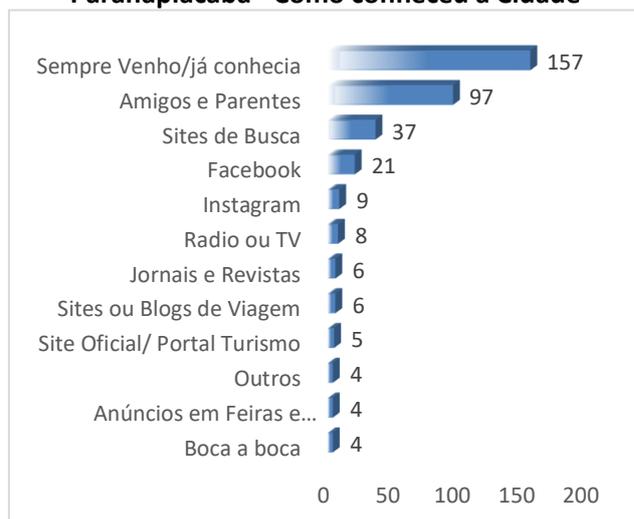


GRÁFICO 39
Paranapiacaba - Como conheceu a Cidade





8.9. Expectativas e nível de satisfação

O nível de satisfação dos entrevistados demonstra que houve uma melhora geral da percepção das pessoas após a visita, sendo que o critério de “ótimo” obteve um crescimento de 50% em relação à expectativa antes da visita.

GRÁFICO 40
Paranapiacaba - Expectativa antes da visita

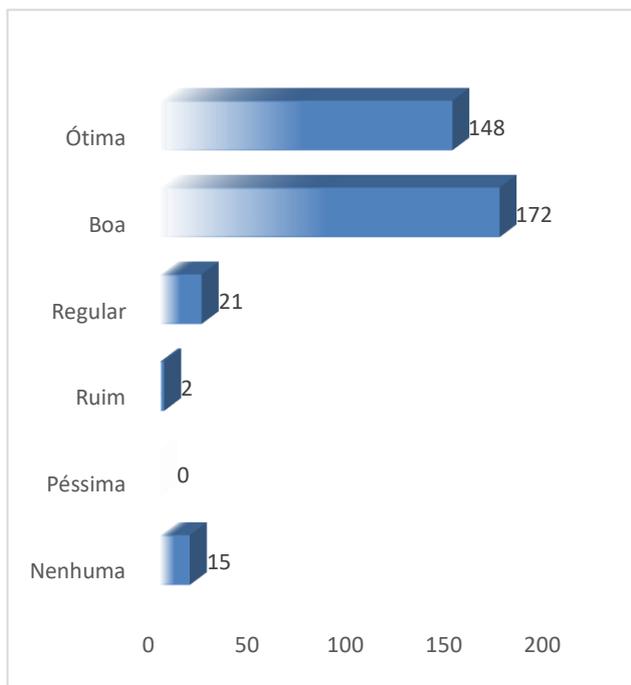
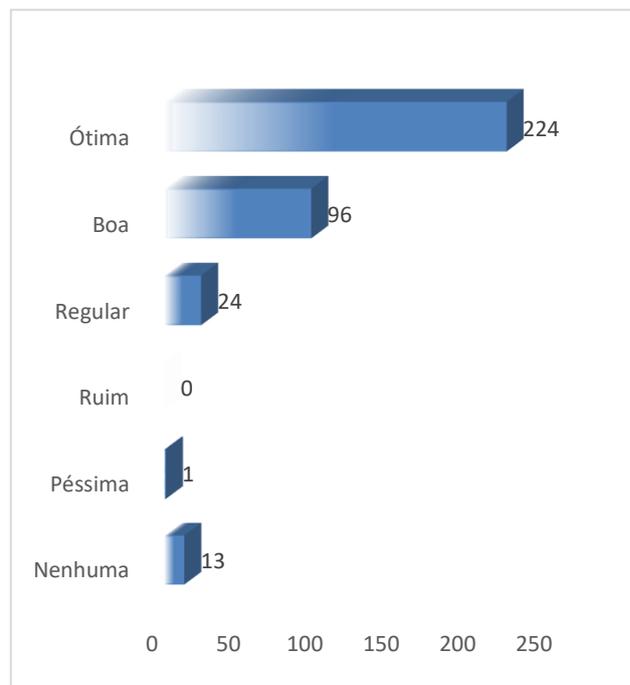


GRÁFICO 41
Paranapiacaba - Satisfação após Visita



8.10. Durante a visita

A amostra revela que mais de 64% das pessoas que visitaram a Vila de Paranapiacaba visitaram somente a Vila em sua passagem por Santo André. Contudo, aproximadamente 23% visitaram mais de 4 polos ou atrativos turísticos para além da Vila.

Segundo os dados coletados, mais de 80% dos visitantes da Vila declararam gasto médio de até R\$ 250,00, em que quase um terço destes declarou um gasto apenas de até R\$50,00.



GRÁFICO 42
Paranapiacaba - Atrativos e Locais Visitados

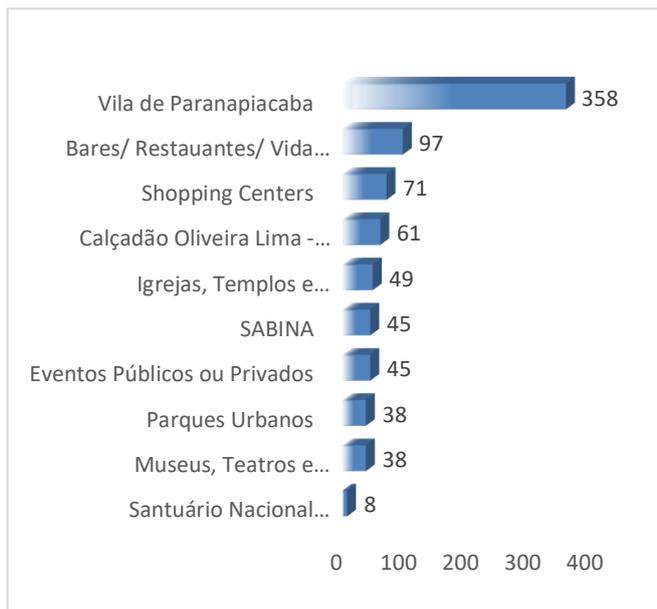


GRÁFICO 43
Paranapiacaba - Número Atrativos Visitados

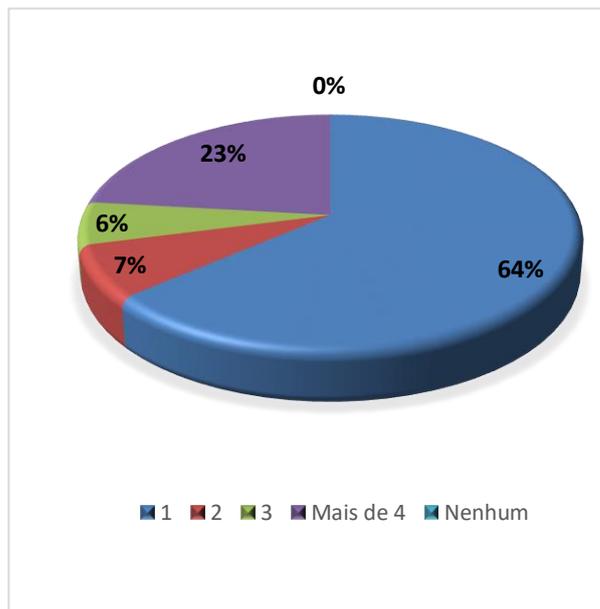


GRÁFICO 44
Paranapiacaba - Gasto Médio Durante a Visita

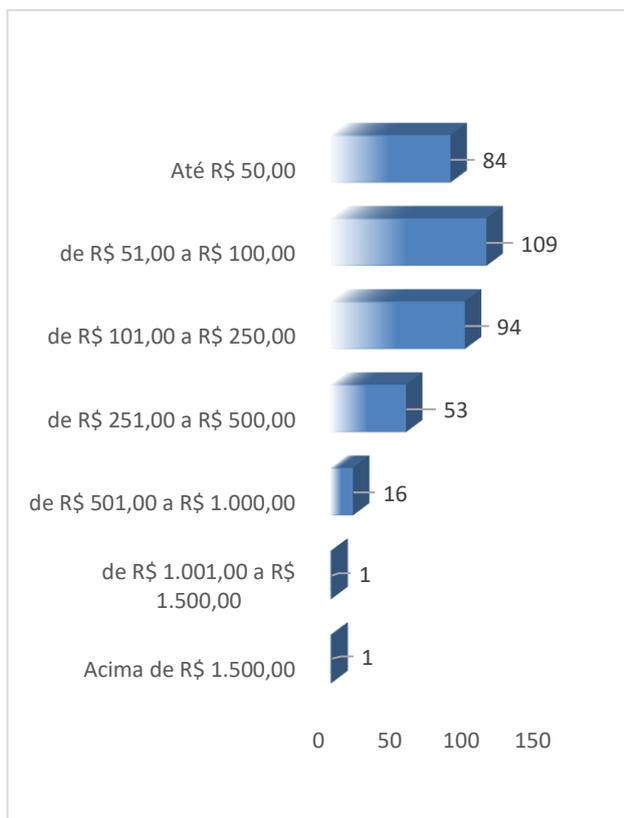
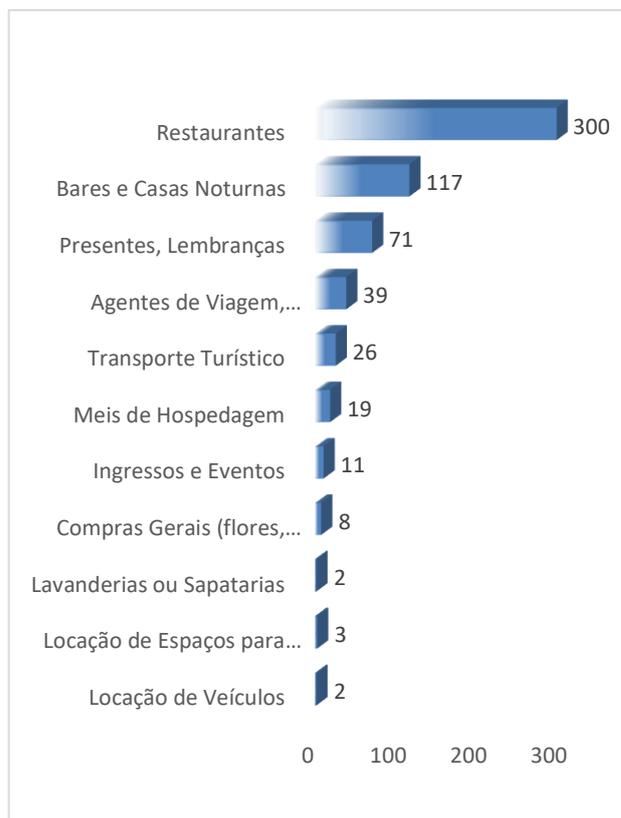


GRÁFICO 45
Paranapiacaba - Serviços Utilizados – 598 casos





8.11. Avaliação sobre as estruturas da cidade

Quanto à avaliação geral da infraestrutura urbana e oferta de serviços que impactam a visita do turista à Vila de Paranapiacaba, para a grande maioria dos itens ela é considerada como boa ou ótima.

Os pontos fora da curva identificados são os serviços que não são conhecidos pelos visitantes, alguns que realmente não são necessários pela maioria para a visita como aplicativos de transporte ou rodoviária, mas outros que seriam muito importantes ao visitante, como o portal de turismo.

TABELA 6
Paranapiacaba - Avaliação da Infraestrutura Urbana

| ITEM | ÓTIMO | BOM | REGULAR | RUIM | PÉSSIMO | NÃO SABE |
|--|-------|-----|---------|------|---------|----------|
| Acesso Informações e Materiais de Consulta ao Turista – sites, mapas, etc) | 118 | 149 | 40 | 9 | 5 | 37 |
| Artesanato | 93 | 129 | 31 | 5 | 3 | 97 |
| Qualidade de atendimento dos prestadores de serviços e comerciantes | 204 | 125 | 11 | 1 | 1 | 16 |
| Atrativos Visitados | 143 | 159 | 29 | 4 | 5 | 18 |
| Acesso Bancos e Caixas Eletrônicos | 3 | 12 | 11 | 4 | 114 | 214 |
| Qualidade do comércio e serviço em geral | 129 | 177 | 22 | 4 | 2 | 24 |
| Conservação de ruas e calçadas | 94 | 163 | 65 | 20 | 14 | 2 |
| Estacionamentos | 51 | 114 | 43 | 17 | 18 | 115 |
| Hospedagens | 25 | 28 | 10 | 1 | 2 | 292 |
| Limpeza da cidade | 160 | 162 | 22 | 6 | 5 | 3 |
| Qualidade Receptivos, guias e monitores | 195 | 106 | 11 | 4 | 2 | 40 |
| Restaurantes | 122 | 135 | 21 | 2 | 2 | 76 |
| Segurança da cidade | 155 | 148 | 28 | 6 | 6 | 15 |
| Sinalização de rua | 131 | 155 | 49 | 8 | 8 | 7 |
| Sinalização turística nos atrativos | 125 | 149 | 48 | 14 | 9 | 13 |
| Portal de Turismo Santo André | 39 | 64 | 19 | 12 | 8 | 216 |
| Taxi e App de Transporte | 9 | 14 | 9 | 5 | 20 | 301 |
| Trânsito da cidade | 139 | 148 | 29 | 3 | 5 | 34 |
| Transporte Público | 19 | 44 | 30 | 15 | 23 | 227 |
| Rodoviária | 8 | 29 | 18 | 7 | 15 | 281 |



9. CONCLUSÃO

Considerando as condições e cuidados para realização deste estudo de perfil da demanda turística de Santo André, que ocorreu sem prejuízos ao resultado final, pois contou com altos fluxos de turistas que desfrutavam da retomada dos serviços da Fase Verde do Plano São Paulo de Combate ao COVID-19, foi possível obter uma amostragem significativa da pesquisa na Vila de Paranapiacaba e na parte urbana de Santo André. Pode-se observar que o estudo foi concluído com êxito e atende aos objetivos promotores de sua elaboração, com uma amostragem satisfatória para os padrões deste tipo de estudo. O estudo de demanda anterior realizado de 2017 não possuía metodologia e amostragem consistente que permitisse a comparação com o atual estudo, por isto não foi usado como fonte de dados para esta pesquisa.

Durante a aplicação da pesquisa de estudo de demanda turística observou-se um fluxo elevado de turistas nos atrativos, principalmente na Vila de Paranapiacaba. Tal fato se deu pela aplicação ter sido realizada exatamente no mesmo período de retomada dos serviços Fase Verde da quarentena, o que revela além do potencial normal da Vila de Paranapiacaba na atração de turistas da capital e Grande São Paulo, que ela está entre os principais destinos de curta estada, buscados pelos paulistas.

Assim os indicadores revelados nesta pesquisa sobre o perfil da demanda turística de 2020, podem ser interpretados da seguinte forma:

- existe um equilíbrio na participação dos gêneros, o que demonstra ampla capacidade de representação, também sinaliza a alta taxa de retorno/frequência de visitação ao atrativo/cidade. A faixa etária que busca a cidade é relativamente extensa e predominantemente “jovem” (20 a 49 anos), social e economicamente ativa, assalariada e poder de consumo baixo/médio, evidenciada também pelos meios de transporte utilizados para chegar a cidade “o carro próprio” e o transporte público, que denotam alta capacidade de mobilidade a custo reduzido, neste estudo não foi possível analisar o perfil do público que vem a Vila de Paranapiacaba aos finais de semana via Expresso Turístico (CPTM), pois o mesmo estava inoperante durante o período de aplicação da pesquisa devido as medidas de combate a pandemia COVID-19, o que acredita-se não ter gerado maiores prejuízos a análise dos resultados. Pode-se concluir que a parte do público que busca lazer e descanso (na Vila de Paranapiacaba) próximos a sua moradia para roteiros de curta estada com bom custo-benefício para viagens em família e com amigos, e a outra parte do público que frequenta a cidade a negócios tem permanência maior e vem de localidades mais distantes, viajando também em grupos, porém menores ou com a família;
- pode-se propor que não se trata de um público altamente exigente com a qualidade dos serviços, mas que possui capacidade de independência na elaboração de seus passeios e potencial de absorção de serviços de agenciamento e receptivo local durante sua visita;
- por tratar-se de um público de curta estada, o consumo e frequência de uso dos serviços locais permanece entre os mais básicos como restaurantes, ingressos e presentes, o que aponta a possibilidade de atuação junto



a estes setores para o fortalecimento e promoção da cidade de modo a promover a ampliação da estada do turista na cidade;

- outro indicador interessante é a alta ocorrência de perfil dos visitantes que viajam acompanhados principalmente pela família e ou amigos em grupos de idade heterogênea. Este indicador é importante, pois revela a capacidade de atração da cidade em várias frentes, podendo se estruturar serviço para grupos, além de tratar-se de uma oportunidade para promover maior permanência no município para consumo na cidade em outros segmentos.

O resultado do estudo aponta um perfil que poderia circular e usufruir mais das estruturas tanto da Vila de Paranapiacaba quanto de outra região da cidade se alguns serviços estivessem mais presentes, como agenciamento de passeios, pontos de apoio ao turista, estacionamentos para veículos turísticos e sinalização turística, além de potencial para desenvolvimento de novas estruturas voltadas ao acolhimento do turista, promoção turística e turismo de negócios. Conclui-se que investir em promoção dos atrativos de Santo André dentro e fora do município, assim como fortalecer o uso de ferramentas como o Portal Turismo Santo André e oferecer qualificação a serviços indiretamente ligados para que estes divulguem, promovam e ofereçam opções de passeios aos turistas que por aqui já circulam, pode ser de grande valia na extensão da permanência dos mesmos. Contudo a infraestrutura de apoio ao turista e de acesso precisa ser reforçada, a fim de proporcionar uma melhor experiência e fidelizar seu público pela facilidade e comodidade.



10. ANEXOS

QUESTIONÁRIO APLICADO

PESQUISA DE DEMANDA: PERFIL DO TURISTA DE SANTO ANDRÉ - 2020

| | | |
|----------------------|---------------------------------------|-----------------------|
| Pesquisador: _____ | 1. Local de coleta da pesquisa: _____ | |
| Data: ____/____/____ | Hora: _____ | Questionário nº _____ |

02. Idade: _____

03. Sexo:

- 1. Masculino
- 2. Feminino
- 3. Prefiro não responder
- 4. Outro: _____

04. Qual o local de sua residência permanente?

- 1. Cidade: _____
- 2. Estado: _____
- 3. País: _____

05. Grau de instrução / Escolaridade

- 1. Básico
- 2. Fundamental
- 3. Médio
- 4. Superior Incompleto
- 5. Superior Completo
- 6. Pós Graduação/acima

06. Ocupação

- 1. Assalariado
- 2. Funcionário Público
- 3. Microempreendedor
- 4. Autônomo
- 5. Estudante
- 6. Empresário
- 7. Aposentado/Pensionista
- 8. Do Lar
- 9. Desempregado
- 10. Outro: _____

07. Renda Familiar

- 1. Até um salário mínimo/pessoa
- 2. Até cinco salários mínimos/pessoa

- 4. Até dez salários mínimos/pessoa
- 5. Até quinze salários mínimos/ pessoa
- 6. Até vinte salários mínimos/pessoa
- 7. Acima de vinte s/m/pessoa

08. Você viajou?

- 1. Sozinho
- 2. Em grupo (excursão)
- 3. Amigos
- 4. Família
- 5. Casal
- 6. Casal com filhos (menor 12 anos)
- 7. Casal com filhos (entre 12 e 19 anos)
- 8. Equipe de trabalho

09. Total de acompanhantes. Quantos? _____

10. Caso tenha acompanhantes, qual a idade deles?

- 1. de 0 a 9 anos
- 2. de 10 a 18 anos
- 3. de 19 a 29 anos
- 4. de 30 a 45 anos
- 5. de 46 a 55 anos
- 6. de 56 a 64 anos
- 7. 65 anos ou mais

11. Já esteve em Santo André?

- 1. Sim. Quantas vezes? _____
- 2. Não

12. Quanto tempo pretende ficar em Santo André?

- 1. Menos de um dia / Não pernoitou
- 2. 01 dia
- 3. De 02 a 03 dias (De seg a sexta)
- 4. De 02 a 03 dias (Final de semana ou Feriado)



5. De 04 a 07 dias
6. De 08 a 15 dias
7. Acima de 15 dias
8. Até 12 meses

13. Em caso de pernoite, qual o meio de hospedagem utilizado?

1. Não ficou hospedado
2. Casa de amigos/familiares
3. Casa alugada (Airbnb ou similar)
4. Flat ou Apart Hotel
5. Pousada
6. Hotel
7. Outros. Qual? _____

14. Qual o meio de transporte utilizado para chegar?

1. Ônibus-Linha
2. Ônibus Turístico
3. Carro Próprio
4. Moto
5. Trem
6. Van/Fretado
7. Bicicleta
8. Transporte por Aplicativos
9. Avião
10. Navio
11. Táxi

15. Como tomou conhecimento de Santo André?

1. Sempre venho/Já conhecia
2. Jornais, Revistas e Folhetos promocionais
3. Amigos/Parentes
4. Rádio, TV
5. Anúncios em feiras e eventos
6. Sites de busca
7. Site oficial da cidade/Portal de turismo
8. Instagram
9. Facebook
10. TripAdvisor
11. Sites ou Blogs de Viagem
12. Outros. Quais? _____

16. Qual o motivo da sua viagem?

1. Natureza
2. Cultura e Patrimônio Histórico
3. Lazer/Descanso

4. Serviços médicos e hospitalares
5. Educação, Cursos e qualificações
6. Visita a parentes ou amigos
7. Negócios/Trabalho
8. Compras
9. Clima
10. Esportes
11. Eventos. Qual? _____
12. Gastronomia
13. Outro. Qual? _____

17. Qual era a sua expectativa quanto a Santo André antes da viagem?

1. Ótima
2. Boa
3. Regular
4. Ruim
5. Péssima
6. Nenhuma

18. Qual a sua opinião sobre Santo André após a visita?

1. Ótima
2. Boa
3. Regular
4. Ruim
5. Péssima
6. Nenhuma

19. Como você sentiu sua experiência em Santo André?

1. Muito satisfeito
2. Satisfeito
3. Insatisfeito
4. Muito insatisfeito
5. Não soube responder

20. Quais atrativos turísticos você visitou em Santo André?

1. Sabina Parque Escola ou Planetário
2. Vila de Paranapiacaba
3. SANU – Santuário Nacional de Umbanda
4. Calçada da R. Cel. Oliveira Lima
5. Shopping Centers
6. Bares/Restaurantes/Vida noturna
7. Museus, teatros e atrativos culturais



8. Igrejas, templos e atrativos religiosos
 9. Parques urbanos. Qual? _____
 10. Eventos Privados. Qual? _____
 11. Eventos Públicos. Qual? _____
 12. Outros. Qual? _____

11. Outros. Quais? _____

21. Qual foi o seu gasto médio durante a permanência em Santo André?

1. Até 50 reais
 2. de 51 a 100 reais
 3. de 101 a 250 reais
 4. de 251 a 500 reais
 5. de 501 a 1000 reais
 6. de 1001 a 1500 reais
 7. Acima de 1500 reais

22. Quais desses serviços você utilizou durante sua visita/estada?

1. Agentes de viagens, Guias ou Monitoria
 2. Locação de veículos
 3. Transporte Turístico
 4. Lavanderias ou sapatarias
 5. Locação de espaços para eventos
 6. Restaurantes
 7. Bares e Casas Noturnas
 8. Meios de Hospedagem
 9. Ingressos e eventos
 10. Presentes, Souvenires ou Lembrancinhas da cidade

23. Dê uma nota para a infra-estrutura urbana e turística de Santo André:

| | Ótimo | Bom | Regular | Ruim | Péssimo | S/ opinião |
|--|-------|-----|---------|------|---------|------------|
| Acesso a Informações e materiais ao turista (sites, informes, mapas, etc.) | | | | | | |
| Artesanato | | | | | | |
| Comércio e Serviços | | | | | | |
| Atendimento dos prestadores de serviços e comerciantes | | | | | | |
| Atrativos visitados | | | | | | |



| | | | | | | |
|-------------------------------------|--|--|--|--|--|--|
| Bancos/caixa eletrônico | | | | | | |
| Conservação das ruas | | | | | | |
| Estacionamento | | | | | | |
| Hospedagem | | | | | | |
| Limpeza | | | | | | |
| Receptivo, guias, monitores | | | | | | |
| Restaurantes | | | | | | |
| Segurança | | | | | | |
| Sinalização de rua | | | | | | |
| Sinalização turística nos atrativos | | | | | | |
| Portal de Turismo | | | | | | |
| Táxi / Transporte por aplicativo | | | | | | |
| Trânsito | | | | | | |
| Transporte público | | | | | | |
| Rodoviária | | | | | | |

24. Você gostaria de fazer alguma sugestão, crítica ou elogio para melhorarmos sua experiência em Santo André? Por exemplo: onde comprar, passeios guiados, bons restaurantes, transporte caro, etc. (pergunta aberta)?



STRONG ESAGS
CNPJ 03.986.941/0001-34

CERTIFICADO DE ACEITE E ENCERRAMENTO DO TERMO DE COOPERAÇÃO RELATIVO AO EDITAL DE CHAMAMENTO PÚBLICO DA SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO E GERAÇÃO DE EMPREGO, Nº 03/2020, PARA APOIO METODOLÓGICO PARA REALIZAÇÃO DE ESTUDO DE DEMANDA TURÍSTICA DE 2020 DO MUNICÍPIO DE SANTO ANDRÉ, CELEBRADO ENTRE A STRONG/ESAGS E A PREFEITURA DE SANTO ANDRÉ.

Certificamos que no mês de dezembro de 2020, foram concluídos os trabalhos referentes ao Termo de Cooperação firmado em 16 de outubro de 2020, através do processo nº 19.557/2020 da Prefeitura de Santo André, do Edital de Chamamento nº 03/2020 da Secretaria de Desenvolvimento e Geração de Emprego da Prefeitura de Santo André, referente ao Estudo de Demanda Turística de 2020 do Município de Santo André, tendo sido realizado dentro das melhores práticas, em que aprovamos e certificamos o processo de realização e o satisfatório relatório final, concluído e aprovado por ambas as partes em 22 de dezembro de 2020.

Considerando o cumprimento do objeto do Termo de Cooperação em epígrafe, por ambas as partes, certificamos o aceite do objeto e o encerramento deste Termo.

Santo André, 11 de janeiro de 2021

Eduardo Becker
Diretor

Eduardo Henrique Becker Degliesposti
Diretor Acadêmico



PREFEITURA DE
SANTO ANDRÉ

SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO E GERAÇÃO DE EMPREGO DE SANTO ANDRÉ

Praça IV Centenário, nº 01, Paço Municipal, Centro, Santo André – SP. CEP: 09015-080.

www3.santoandre.sp.gov.br/turismosantoandre

turismo@santoandre.sp.gov.br

+5511 4433-0752